



K2: Fachtagung „Erfolgsfaktor Transparenz“ am 17. Mai 2011 in Berlin

Berlin, den 3.03.2011: Angesichts der Enthüllungen von Wikileaks & Co. müssen sich nicht nur staatliche Stellen darauf einstellen, dass künftig immer mehr als „geheim“ eingestufte Papiere ans Licht der Öffentlichkeit gelangen. Auch private Unternehmen sollten damit rechnen, dass vertrauliche Informationen künftig schneller nach außen dringen.

Welchen Anforderungen an Transparenz sich Unternehmen heute und in Zukunft ausgesetzt sehen und wie sie diesen adäquat begegnen können, ohne dass der Öffentlichkeit auch das letzte Geschäftsgeheimnis preisgegeben werden muss, diskutieren Experten auf der Fachtagung „Erfolgsfaktor Transparenz“ am 17. Mai 2011 in Berlin. Sie ist Teil der Tagungsreihe „K2“, einer Kooperation des „prmagazins“ und der „school for communication and management (scm)“. Mitveranstalter der Tagung „Erfolgsfaktor Transparenz“ ist die Frankfurter Agentur für Unternehmenskommunikation Klenk & Hoursch. Die Fachtagung richtet sich an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche.

Der hierzulande vor allem vom Spiegel beförderte Medienhype um Wikileaks dürfte dazu führen, dass die Zahl der Geheimnisverräter deutlich wächst. Die Inbrunst, mit der der Wikileaks-Gründer Julian Assange als Wegbereiter einer neuen Transparenz verehrt wird, zeigt: Auch vermeintlich illegal beschaffte Informationen zu veröffentlichen, ist gesellschaftlich zunehmend akzeptiert. Der Geheimnisverräter wird zum Aufklärer. Und weitere Whistleblower-Plattformen schießen wie Pilze aus dem Boden.

Die Wahrscheinlichkeit, dass unethisches Verhalten künftig einer größeren Öffentlichkeit bekannt wird, steigt. Das kann sich für ordentlich geführte Firmen sogar zu einem echten Wettbewerbsvorteil entwickeln. Oder, wie es der Kommunikationsberater Volker Klenk schreibt: „Gut geführte Unternehmen haben nichts zu fürchten.“ Speziell Kommunikationsprofis sind gut beraten, die wachsenden Ansprüche der Gesellschaft an Unternehmen in ihren jeweiligen Institutionen zu verankern und das Thema Transparenz zum eigenen Vorteil und dem ihrer Organisation zu treiben.

Im theoretischen Teil der Tagung werden folgende Fragen mit Hilfe von eingängigen Beispielen erläutert: Was ist Transparenz? Wozu dient Transparenz? Welche Wirkung kann Transparenz entwickeln? Wer sind Vorbilder, Treiber und Gejagte? Wie führt Transparenz zum Erfolg? Daran schließen sich am Nachmittag eindruckliche best-practice-Beispiele an. Führende Unternehmenskommunikatoren präsentieren ihre Konzepte einer nicht nur kommunikativ postulierten Unternehmenstransparenz. Eine Diskussionsrunde mit Vertretern von NGOs und Wirtschaftsmedien rundet die Veranstaltung ab.

Die Referenten:

- Christian Cordes, Director Corporate Identity, Public Affairs & Communications, Coca-Cola Deutschland
- Daniel Goffart, Leiter Hauptstadredaktion und Leiter Ressort Wirtschaft und Politik, Handelsblatt
- Daniel Hanke, Director und Partner, Klenk & Hoursch
- Dr. Christian Humborg, Geschäftsführer Transparency International Deutschland
- Dr. Volker Klenk, Managing Partner, Klenk & Hoursch
- Alexander Lengen, Social Marketing Officer, PayPal
- Tobias Meixner, Leiter Unternehmenskommunikation Helios Kliniken
- Dr. Manfred Redelfs, Leiter Rechercheabteilung, Greenpeace Deutschland
- Jan Runau, Leiter Unternehmenskommunikation, adidas Gruppe



Weitere Informationen unter: www.transparenz-tagung.de

Ansprechpartner:

scm

Lars Dörfel

Geschäftsführer

Mail: lars.doerfel@scmonline.de

Tel.: 030/47989789

prmagazin

Wolf-Dieter Rühl

Geschäftsführender Redakteur

Mail: ruehl@rommerskirchen.com

Tel.: 02228/931-136

Klenk & Hoursch

Dr. Volker Klenk

Managing Partner

Mail: volker.klenk@klenkhoursch.de

Tel.: 069/719168-0