

"Irrtümer und Nutzen von Business Communities"

Podiumsgespräch anlässlich der Lancierung des CompanyCenters

Am Dienstag, 27. Mai 2008, wurde das Onlineportal der Business Community www.CompanyCenter.ch sowie der Leistungskatalog der neu lancierten CompanyCard der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Marketingleiter des Tamedia AG Stellenmarkts und die Präsidentin von Swiss Marketing (SMC) Zürich, beide seit zwei Jahren Partner der Fachveranstaltungsreihen des CompanyCenters, sprachen auf dem Podium über Ihre Erfahrungen. Unter der Überschrift "Business Communities – Irrtümer und Nutzen" wurden die spezifischen Erfolgsfaktoren und Herausforderungen von Communities für Fach- und Führungskräfte diskutiert.

Mehr als 2'400 Fach- und Führungskräfte besuchen jährlich eine der über 100 Fachveranstaltungen der Reihe "120minuten.info", die unter dem Dach des **CompanyCenters** in der Schweiz durchgeführt werden. Der neue Onlineauftritt, der am vergangenen Dienstag offiziell der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, ergänzt dieses Angebot an Weiterbildungen. Vor allem der Leistungskatalog der am 27. Mai erstmals vorgestellten **CompanyCard** trägt dazu bei, Business Professionals im Berufsalltag wirksam zu unterstützen: In der CompanyCard werden Ressourcen und Services ausgewählter Unternehmen vorgestellt, welche den Mitgliedern des CompanyCenters kostenlos oder zu Vorzugskonditionen zur Verfügung stehen. Alle Angebote zielen darauf ab, den Mitgliedern des CompanyCenters die Entscheidungsfindung und die Umsetzung von Fach- und Führungsaufgaben zu erleichtern.

Weiterbildung und Vernetzung

In einem Podiumsgespräch mit dem Geschäftsführer des CompanyCenters, Wolfgang Rathert, berichteten zwei Experten aus der Praxis über Ihre Erfahrungen mit Business Communities: Ruth Bütikofer Schwalbe, Präsidentin des Swiss Marketing Clubs (SMC) Zürich, betonte den Ausbildungsauftrag des grössten Fachverbands für Marketing in der Schweiz und die Bedeutung persönlicher Kontakte für einen gelungenen Erfahrungsaustausch. Neben den regionalen Clubtreffen und dem jährlichen Marketingtag ist die CompanyCenter Veranstaltungsreihe "120minutenMARKETING.info" deshalb mittlerweile ein fester Bestandteil der Mitgliederleistungen des SMCs. Trends, Methoden und Expertenwissen werden dort ebenso vermittelt wie Kontakte zu Berufskollegen.

Vertrauen und Kompetenz

Michael Jan Kohlas, Marketing- und Verkaufsleiter des Stellenmarktes der Tamedia AG, hob die Bedeutung der Vertrauensdimension hervor. Sie sei für den Aufbau einer Business Community unerlässlich. Dies gelte sowohl für Stellensuchende, welche die Weichen für die eigene berufliche Entwicklung stellen, als auch für Personalverantwortliche, deren Entscheidungen bei der Rekrutierung weitreichende Konsequenzen für ihre Unternehmen haben. Bei Tamedia setzt man auf fachliche Kompetenz und persönliche Kontakte, um die Vertrauensbasis als Stellenmarkt aufzubauen und langfristig zu sichern. Seit zwei Jahren wird die "120minutenHR.info" Veranstaltungsreihe des CompanyCenters deshalb genutzt, um sowohl die eigenen Mitarbeiter über aktuelle HR-Fachthemen auf dem Laufenden zu halten, als auch um den Kunden eine Plattform für den professionellen Wissens- und Erfahrungsaustausch zu bieten.

Business Communities: Was funktioniert und was nicht

Wolfgang Rathert stellt den Unterschied zwischen "Social Communities" wie MySpace und Facebook einerseits und Business Communities andererseits in den Vordergrund. Wer glaubt es reiche sich einfach mit einem Internetauftritt in die Liste der Onlineportale einzureihen, der merkt schnell, dass die Entscheider in Unternehmen keine Zeit für reines "Socializing" haben. Vielmehr erwarten Fach- und Führungskräfte konkrete Unterstützung für Ihre tägliche Arbeit.

Das bedeutet für eine Business Community

- Inhalte mit klarem Bezug zur beruflichen Situation und zum konkreten Aufgabenbereich
- Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung, sowohl in Fach- als auch in Führungsthemen
- Kompetenz und Professionalität sowohl bei den Inhalten als auch bei der Form der Leistungen
- Konkrete Nutzen durch Relevanz und Effizienzgewinne, denn die knappe Ressource Zeit will gezielt eingesetzt werden

Hinter dem CompanyCenter steht die Überzeugung, dass eine Business Community dazu beitragen muss, dass 'Macher' in Organisationen besser entscheiden und schneller umsetzen können. Die nötigen Zutaten hierzu sind Wissen, Kontakte, Leadership und Engagement. Aber auch Inspiration, Innovation und Dialog sind wichtige Bausteine, um das zu schaffen, was eine Business Community leisten muss: nämlich Orientierung stiften durch die Möglichkeit Neues kennenzulernen und auszuprobieren, sich zu vernetzen und mit Experten austauschen zu können. Diese Philosophie steht hinter den verschiedenen Angeboten des CompanyCenters: Wenn eine Community die "Umsetzer" im Business unterstützen soll, dann muss sie Relevantes bieten, Orientierung und Vertrauen schaffen. Viele Alumni Netzwerke von McKinsey bis HSG sind aus genau diesem Grund sehr erfolgreich.

Die Geschichte des CompanyCenters: Facts, Figures und nächste Schritte

Das Team der pik AG betreibt seit sechs Jahren verschiedene Angebote, die neu unter dem Dach des www.CompanyCenter.ch zusammengefasst wurden. Kernleistung sind die Fachveranstaltungsreihen "120minuten.info", die mit jährlich über 100 Impulsworkshops mehr als 2'400 Entscheider und Umsetzer aus Unternehmen zusammenführt. Insgesamt lassen sich rund 12'000 registrierte User aus Unternehmen regelmässig über das Programm und weitere Fachinformationen auf dem Laufenden

halten. Die CompanyCard erweitert das Angebot um einen Katalog von Leistungen aus über 70 Kategorien von Leadership über Controlling, Personalwesen und Marketing bis Life & Style. Eine CompanyCard kostet pro Jahr CHF 460 und kann von vier Personen benutzt werden.

Als nächster Baustein wird im Herbst der CompanyUpdate erscheinen und den heutigen Newsletter ablösen, der rund 7'000 Abonnenten bedient.

765 Wörter /Abdruck frei

Fabienne Böni, Kommunikation CompanyCenter pik AG

Bilder (Download <http://www.companycenter.com/content/view/full/2533>)



Podiumsteilnehmer vom 27.5.08 v.l.n.r.:
Guido Weltert, Managing Partner CompanyCenter pik AG, Michael Jan Kohlas, Marketing- und Verkaufsleiter Tamdia AG Stellenmarkt, Ruth Bütikofer Schwalbe, Präsidentin Zürich-Nord Swiss Marketing Club (SMC), Wolfgang Rathert, Managing Partner CompanyCenter pik AG



Team CompanyCenter v.l.n.r.:
Wolfgang Rathert, Fabienne Böni, Guido Weltert, Chrisula Prodromakis, Endre Marczy

Kontakt für Rückfragen:

Fabienne Böni, CompanyCenter pik AG, 044 422 55 55, [presse\(at\)companycenter.ch](mailto:presse(at)companycenter.ch)