

KONFERENCE

København

1. og 2. december 2009

WORKSHOP

3. december 2009

SPAR
kr. 2.000,-
ved tilmelding senest 16. oktober



Issues Management & krisekommunikation

- Prioritering af den interne krisekommunikation
- Paneldebat – Hvordan er den interne og eksterne kommunikation blevet håndteret under finanskrisen?
- Danske Bank fik en lektie i krisekommunikation
- Hør om krisers indflydelse på virksomheders omdømme
- Få viden om krisestyring i sociale medier
- Sådan arbejder en kommunikationsafdeling under en krise

WORKSHOP

– Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan

EUROFORUM



www.ibceuroforum.dk

I samarbejde med:

PROSPECT

HØR BLANDT ANDRE:

Underdirektør
Jonas Sunn Torp
*Koncern HR og Kommunikation,
Danske Bank*

Kommunikationschef
Niels Carstensen
Home

Studielektor
Henrik Merkelsen
CBS

Journalist
Jakob Skouboe
Dagbladet Børsen

Pressechef
Stine Christmas Nielsen
Metroselskabet

Brandingdirektør
Kim Klastrup
Grundfos

Tilmeld dig direkte på: www.ibceuroforum.dk/cris

an informa business

T A L E R L I S T E :

O R D S T Y R E R : Adm. direktør **Peter Gustafson**, *PROSPECT*

Studielektor

Henrik Merkelsen

CBS

Brandingdirektør

Kim Klastrup

Grundfos

Pressechef

Stine Christmas Nielsen

Metroselskabet

Kommunikationschef

Jens Langergaard

Topdanmark

Kommunikationschef

Trine Juul Wengel

Axcel

Kommunikationschef

Niels Carstensen

Home

Kommunikationsdirektør

Margrethe Lyngs Mortensen

NCC

Underdirektør

Jonas Sunn Torp

*Koncern HR og Kommunikation,
Danske Bank*

Chef

Else Smith

*Center for Forebyggelse,
Sundhedsstyrelsen*

Chef for medie og
stakeholder relationer

Louise Münter

DONG Energy

Head of Corporate Communications

Charlotte Simonsen

LEGO Koncernen

Kommunikationsdirektør

Karin Skjødt Hindkjær

Telenor

Kommunikationschef

Karsten Kolding

FDB

Journalist

Jakob Skouboe

Dagbladet Børsen

Engagement Manager

Kristian Andersen

Reputation Institute



W O R K S H O P P E N S U N D E R V I S E R :

Adm. direktør

Nicolaj Andersen

Radius Kommunikation

Issues Management & krisekommunikation

Hvis du sidder med ansvaret for Issues Management og krisekommunikation i din virksomhed, giver denne konference dig en unik mulighed for at få opdateret din viden og høre eksempler på praktiske erfaringer fra aktuelle cases. Med international bankkrise, nedskæringer og recession står dansk erhvervsliv over for nye udfordringer, og krisen stiller nye krav til virksomheders kommunikationsindsats. Som følge af finanskrisen har flere virksomheder indset, at det er nødvendigt at få formuleret en strategi for krisekommunikation og for andre at få styrket og forbedret deres kriseplan. Konferencen sætter blandt andet fokus på følgende problemstillinger:

- Hvordan håndteres den interne krisekommunikation i praksis?
- Hvordan arbejder pressen med de kritiske erhvervshistorier?
- Hvilken indflydelse har kriser på virksomheders omdømme?
- Hvilken betydning har det for virksomheders omdømme, når de deltager i forbrugerprogrammer som Basta og Kontant?
- Paneldebat: Hvordan er den interne og eksterne kommunikation blevet håndteret under finanskrisen?
- Hvordan klæder man medarbejdere på til at svare interessenter, når krisen rammer?
- Hvordan håndteres krisestyring i sociale medier?
- Hvordan samtænkes den interne og eksterne krisekommunikation i praksis?

En lang række inspirerende talere vil stå klar på konferencen – ikke blot med aktuelle og indsigtfulde indlæg, men også med lyst til at debattere og besvare spørgsmål. Konferencen er således en oplagt mulighed for at udveksle synspunkter og erfaringer med andre, som beskæftiger sig med Issues Management og krisekommunikation.

Vel mødt på konferencen!

Med venlig hilsen



Camilla Glad
Senior Project Manager



ISSUES MANAGEMENT & KRISEKOMMUNIKATION

08.30 **Udlevering af navneskilte og deltagermateriale**

Kaffe/te og morgenbrød

09.00 **Åbning af konferencen**

Senior Project Manager Camilla Glad, IBC Euroforum

09.05 **Introduktion ved ordstyrer adm. direktør Peter Gustafson, PROSPECT**

Issues Management & krisekommunikation anno 2009

09.10 **Issues Management & Stakeholder Analysis**

- Hør, hvordan man som virksomhed kan arbejde langsigtet med Issues Management, herunder analyse og håndtering af risici
- Nøgleinteressenter
- Trusler i omverden med krisepotentiale

Studielektor Henrik Merkelsen, CBS

Henrik Merkelsen forsker i Issues Management og risikohåndtering i fødevarerbranchen

10.00 ***10 minutters pause, hvor du som deltager har mulighed for at skrive de top 5 issues ned, som du står over for i dit job netop nu. Disse issues vil blive indsamlet, og emnerne vil blive brugt undervejs til debat og diskussion i forbindelse med konferencens indlæg.***

10.10 **Issues Management – håndtering af aktuelle problemstillinger og kriser hos Grundfos**

CASE

- Hør om Grundfos' Issues Management set-up
- Hvem udvælger og definerer Grundfos' issues?
- Håndtering af issues i dagligdagen
- Hvad skal man bruge en Issues Management plan til, og hvor mange ressourcer bruges der på den?
- Hør om samarbejdet med leverandører, NGO'er og multikulturelle stakeholder-miljøer
- Issues som en del af Grundfos' bevidste opbygning af brandet

Brandingdirektør Kim Klastrup, Grundfos

10.55 **Pause med kaffe/te**

ISSUES MANAGEMENT & KRISEKOMMUNIKATION

Krisekommunikation i de sociale medier

11.15

CASE

Krisekommunikation i de sociale medier - Metroselskabet

Det københavnske Metroselskab har i samarbejde med 60 Seconds udviklet en kortfilmkonkurrence, som løb af stables i marts 2009. Metroselskabet fravalgte at vise to af vinderfilmene på grund af seksuelle undertoner bl.a. en film, hvor to mænd kysser og kærtegner hinanden. I første omgang gik fravalget så godt som ubemærket hen, men i forbindelse med World Outgames i juli udløstes en storm af protester. En Facebook-grupes massive modstand satte fornyet fokus på fravalget, og Metroselskabet valgte at vise filmen på sine stationer.

- Hør, hvordan Metroselskabet har håndteret protesterne efter kritiske røster på blandt andet Facebookgruppen 'Til Kamp mod Metroens Homofobi', der i løbet af 2 dage havde fået over 2.000 medlemmer
- Hør Metroselskabets overvejelser i forbindelse med at lave en blog på deres hjemmeside
- Hvornår vælger man at gå i dialog i de sociale medier, og hvornår gør man ikke?
- Hvilken retorik benytter man i de sociale medier?
- Hør, hvad Metroselskabet har lært af sagen

Pressechef Stine Christmas Nielsen, Metroselskabet

12.00

Frokost

PANELDEBAT

Prioritering af den interne og eksterne kommunikation under finanskrisen

13.00

Paneldebat

Paneldebat – Hvordan har virksomheders kommunikation været under finanskrisen – eksternt og internt?

Krisen udfordrer virksomhedens kommunikation, og mange har skåret i deres kommunikationsbudgetter under finanskrisen, men hvordan har virksomhederne valgt at prioritere den interne og eksterne kommunikation? Og hvilken rolle har kommunikationsafdelingen spillet under krisen?

- Hvad og hvordan har ledere kommunikeret over for sine medarbejdere?
- Har man kommunikeret anderledes over for sine interessenter, end man ellers ville have gjort?
- Hvilken kommunikationsform prioriterer virksomhederne i en krisetid?
- Hvordan udnytter man kriser til noget positivt?
- Hvad har virksomhederne lært af finanskrisen?

Kommunikationschef Jens Langergaard, Topdanmark

Kommunikationschef Trine Juul Wengel, Axcel

Kommunikationschef Niels Carstensen, Home

Kommunikationsdirektør Margrethe Lyngs Mortensen, NCC

Facilitator adm. direktør Peter Gustafson, PROSPECT sikrer en konstruktiv og udbytterig debat

ISSUES MANAGEMENT & KRISEKOMMUNIKATION

14.00 Pause

Krisekommunikation i Danske Bank

14.10 **Krisekommunikation i Danske Bank**

CASE

2008 - året hvor det globale, finansielle system brød sammen. Hvordan agerer man i en krise, hvor markedet ikke fungerer, spekulationer og rygter florerer, politiske indgreb fyger om ørerne på virksomhederne og aktiekurser på rutsjetur – tilsat et twist af en svindelsag af historiske dimensioner. Danske Bank fik en lektie i krisekommunikation – på den hårde måde.

Underdirektør Jonas Sunn Torp, Koncern HR og Kommunikation, Danske Bank

15.00 Pause med kaffe/te og frugt

Beredskabsplan og strategi for Influenza A(H1N1)

15.10 **Sundhedsstyrelsens beredskabsplan og strategi for Influenza A(H1N1)**

CASE

Sundhedsstyrelsen har ansvaret for kommunikationen om svineinfluenza – Influenza A(H1N1).

- Hør om Sundhedsstyrelsens strategi for beredskabet
- Hvilke medier og kanaler prioriterer Sundhedsstyrelsen?
- Pressens behandling af influenza A(H1N1)
- Anbefalinger til virksomheder

Chef Else Smith, Center for Forebyggelse, Sundhedsstyrelsen

15.55 **Opsummering af konferencens første dag ved ordstyrer adm. direktør Peter Gustafson, PROSPECT**

16.10 **Konferencens første dag slutter**



Vi tager forbehold for ændringer i programmet. Spørgsmål vedrørende konferencen besvares af Senior Project Manager Camilla Glad, IBC Euroforum, tlf.: 41 95 14 06, e-mail camilla.glad@ibceuroforum.dk

Se flere spændende arrangementer på www.ibceuroforum.dk

ISSUES MANAGEMENT & KRISEKOMMUNIKATION

08.30 Kaffe/te og morgenbrød

09.00 Ordstyrer adm. direktør Peter Gustafson, PROSPECT introducerer dagens indlæg

Sådan samtænkes den interne og eksterne krisekommunikation

09.10

CASE

Sådan arbejder DONG Energy's kommunikationsafdeling under en krise – håndtering af krisekommunikation i en virksomhed med stor offentlig bevågenhed
Hør, hvordan DONG Energy's kommunikationsafdeling arbejder under mediekriser – fra turen i vridemaskinen i forbrugerprogrammet Kontant til at være besat af miljøaktivister. Hvordan får man kontrol med historierne eksternt? Og hvordan klæder man medarbejderne på til altid at være klar til at svare på beskyldninger om alt fra ublu elpriser til at ville ødelægge planeten?

- Hvordan sikrer man, at omverdenen forstår ens budskaber i krisetider?
- Er der nogle kampe, man ikke skal tage?
- Hvornår skal man gå i dialog og med hvem?
- Hvordan kan man få kontrol over en historie og sikre sit omdømme?
- Betyder offentlig bevågenhed, at alt i ens virksomhed skal være offentlig viden?

Chef for medie og stakeholder relationer Louise Münter, DONG Energy

10.00 Pause med kaffe/te og frugt

10.15

CASE

Håndtering af en forretningsmæssig krise – prioritering af den interne krisekommunikation!

LEGO har været i dyb krise - og er kommet ud af det. Gennem 11 år mistede LEGO Koncernen i gennemsnit værdier for 2,2 millioner kroner hver dag.

- Hør, hvordan en åben, ærlig, tydelig og konkret kommunikation var med til at vende situationen på det tidspunkt
- Hvordan blev den interne og eksterne kommunikation prioriteret under den forretningsmæssige krise?
- Hvordan kommunikerer man forretningsorienteret kommunikation internt i virksomheden?
- Hvordan bliver ledere klædt på til at kommunikere over for medarbejderne?
- Hvordan kan kommunikation skabe tryghed i usikkerheden?
- Hør, hvilken effekt det havde, at adm. direktør Jørgen Vig Knudstorp bloggede på intranettet
- Lærte erfaringer

Head of Corporate Communications Charlotte Simonsen, LEGO Koncernen

11.00

Pause med kaffe/te

11.15

CASE

Hør, hvad Telenor i Danmark gjorde, da et søsterselskab i Bangladesh blev ramt af en krise, som man i princippet intet havde med at gøre

- Hvordan håndterede man krisen lokalt i forhold til udgangspunktet i Bangladesh og moderselskabet i Norge?
- Hvad var de første skridt man tog, da det danske selskab blev ramt af krisen?
- Hvordan håndteres situationen, når krisen er afblæst, og hvad lærte man af krisen i organisationen?

Kommunikationsdirektør Karin Skjødt Hindkjær, Telenor

12.00

Frokost

Relationer med pressen

13.00

CASE

Brug din serveret over for medierne om CSR- og klimaspørgsmål

- Kend dig selv godt, før du gør dig kendt for andre!
- Hvordan får man adgang til medierne, selvom der ikke er en konflikt eller krise?
- Hvordan former man sine budskaber? Og hvilke værktøjer kan benyttes hertil?
- Hør, hvordan FDB benytter analyse til at opbygge pressebudskaber
- Hvordan skaber FDB sammenhæng i det, de ved, siger og gør?

Kommunikationschef Karsten Kolding, FDB

13.55

Pause med kaffe/te

Mediekriser

14.10

Når pressen kradser i krisen

- Hvordan opfatter pressen sin rolle i forhold til erhvervslivet?
- Hvad er pressens krav til det stof, den formidler?
- Hvordan arbejder pressen med de kritiske erhvervshistorier – og hvilke informationer går de efter?
- Hvilke forventninger har pressen til den professionelle erhvervsvirksomhed?
- Hvad kan erhvervslivet forvente af pressen?
- Eksempler fra "det virkelige liv" på pressens behandling af kritiske historier/sager

Journalist Jakob Skouboe, Dagbladet Børsen

15.00

Pause med kaffe/te, kage og frugt

Krisers indflydelse på omdømme

15.10

Krisers indflydelse på omdømme - integration af målinger og kommunikation

- Hvilke modeller kan bruges til at vurdere, hvordan medierne påvirker dit virksomheds-omdømme?
- Hvordan kan omdømmerisici kvantificeres?
- Mange virksomheder har stillet op i forbrugerprogrammer som Basta og Kontant – har det styrket eller forværret deres omdømme?
- Hvordan omsættes en virksomheds strategi og Corporate Brand til faktabaserede modeller, der kan monitorere virksomhedens omdømme blandt dens vigtigste stakeholders?
- Hør om udviklingen af skræddersyede omdømmeredskaber og om best cases inden for omdømmeledelse

Engagement Manager Kristian Andersen, Reputation Institute

16.00

Konferencen slutter

W O R K S H O P

Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan

Workshoppens indhold

Styr krisen når den rammer din virksomhed – og helst inden du får det første opkald fra en journalist eller en kritisk NGO'er.

Workshoppen er bygget op som en kriseøvelse, hvor deltagerne undervejs skal forholde sig til en række konkrete udfordringer og selv komme med løsninger på dem. Deltagerne bliver desuden introduceret til konkrete værktøjer, der vil gøre livet lettere, hvis de selv skal være del af en krisehåndtering efterfølgende.

Workshoppen vil blive perspektiveret med konkrete eksempler på krisehåndtering, og der vil blive gået bagom kulisserne i nogle sager, der har ramt dansk erhvervsliv over de seneste 10 år.

Workshoppens udbytte

Deltagerne i workshoppen vil få en fyldt værktøjskasse med hjem. De vil konkret blive klædt på til at kunne udfylde en krisemanual og få videregivet en række erfaringer med, hvordan enkeltpersoner og virksomheder fungerer – og ikke fungerer – i sammenhæng med omverdenens forventninger til dem. Det vil gøre deltagerne i stand til selv at kunne vinde de afgørende minutter eller timer, som kan være forskellen på en succesfuld eller en katastrofal krisehåndtering for en virksomhed.

- Vind den tid, der gør, at I kommer succesfuldt ud af krisen
- Forstå din organisation og sørg for at få den ud af chokket
- Sørg for at vinde initiativretten
- Prioriter alle handlinger, så intet er overladt til tilfældighederne

Workshoppens underviser



Adm. direktør og stifter
Nicolaj Andersen
Radius Kommunikation

Program for workshoppen

08.30	Kaffe/te
09.00	Workshoppen starter
12.00	Frokost
16.00	Workshoppen slutter

Der vil være pauser undervejs

IBC Euroforum

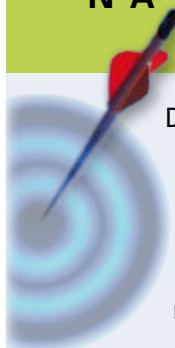
IBC Euroforum er en konference- og kursusarrangør, der arrangerer og afholder konferencer og kurser inden for aktuelle emner og problemstillinger. Gennem tæt kontakt til det danske erhvervsliv er det vores mål at skabe kvalitetskonferencer og kurser, der udvikler den enkelte deltagers kompetencer.

Vi arrangerer konferencer og kurser inden for salg, økonomi, jura, administration, markedsføring, IT, personaleforhold og ledelse. Arrangementernes indhold er en kombination af strategiske, taktiske og operationelle tilgange til den aktuelle problemstilling.



IBC Euroforum ApS, Blegdamsvej 104 A, Postboks 801, 2100 København Ø,
Telefon 35 25 35 45, Fax 35 25 35 46, info@ibceuroforum.dk,
www.ibceuroforum.dk, Giro 3 93 14 55, CVR-nr 24 24 03 71

NÅ DIN MÅLGRUPPE I ET NYT FORUM



Du har nu en unik mulighed for at blive eksponeret over for dine potentielle kunder på en af IBC Euroforum's konferencer. I modsætning til traditionelle medier, hvor du kun har få sekunder til at kommunikere et budskab til din målgruppe, kan du nu sikre dig op til flere dages dialog med relevante beslutningstagere inden for netop din målgruppe.

Kontakt salgschef Anne-Berit Andersson for en uforpligtende snak om, hvordan vi kan skræddersy en løsning, som netop afdækker din virksomheds behov på telefon 35 25 35 45 eller spex@ibceuroforum.dk

P R A K T I S K E O P L Y S N I N G E R

Afholdelsesdato og -sted

Konferencen "Issues Management & krisekommunikation" afholdes den 1. og 2. december 2009 med workshop den 3. december på Radisson Blu Royal Hotel, Hammerichsgade 1., 1611 København V, telefon 33 42 60 00.

Overnatning

Overnatning er ikke inkluderet i konferenceprisen. IBC Euroforum henviser til Radisson Blu Booking for bestilling af hotelværelser. Kontakt bookingen på 38 15 65 00 og oplys CFT-nummer: 62615.

Parkering

IBC Euroforum henviser til betalingsparkeringskælderens ved Vesterport Station. IBC Euroforum fralægger sig ansvaret for parkering i forbindelse med arrangementet.

Konferencepris

Alle priser er ekskl. moms.

Vælg alternativ	Tilmelding senest 16. oktober	Spar	Tilmelding senest 13. november	Spar	Tilmelding efter 13. november
Konference & workshop	14.995,-	2.000,-	15.995,-	1.000,-	16.995,-
Konference	11.995,-	2.000,-	12.995,-	1.000,-	13.995,-
Workshop	5.995,-		5.995,-		5.995,-

Prisen inkluderer kaffe/te, frugt, frokostbuffet samt uddybende dokumentation fra de forskellige talere. Faktura og bekræftelse på din tilmelding vil blive fremsendt ved tilmelding.

Tilmelding

Send, ring eller fax din tilmelding til IBC Euroforum. Du kan også tilmelde dig på www.ibceuroforum.dk eller registration@ibceuroforum.dk. Tilmeldingen er bindende!

Afbestilling

Afbestilling skal ske skriftligt. Ved afbestilling indtil 14 dage før afholdelsen tilbageholdes et gebyr på 10 %. Sker afbestillingen mindre end 14 dage før afholdelsen, tilbageholdes 50 %, og ved afbestilling senere end 2 dage før afholdelsen betales fuld pris. Er du selv forhindret, har du mulighed for at overdrage deltagelsen til en kollega.

Er du forhindret i at deltage på konferencen?

Så har du mulighed for at købe talernes præsentationsmateriale. Bestil via brochurens bagside (pris kr. 2.495,- ekskl. moms).

TILMELDING TIL IBC EUROFORUM KONFERENCEN

Issues Management & krisekommunikation

København • Konference den 1. og 2. december 2009
Workshop den 3. december 2009

Navn _____

Stilling _____

Afdeling _____

E-mail _____

Ønsker du at modtage information om kommende arrangementer via e-mail? Ja tak Nej tak

Firma _____

Adresse _____

Postnr. og by _____

Telefon (omstilling) _____

Hvis offentlig: Notér EAN nr./ordrenr. _____

Sekretær _____

Nærmeste chef _____



Jeg er forhindret i at deltage og ønsker derfor at rekvirere talernes præsentationsmateriale fra konferencen (kr. 2.495,- ekskl. moms).

Alle priser er ekskl. moms.

Sæt X	Vælg alternativ	Tilmelding senest 16. oktober	Spar	Tilmelding senest 13. november	Spar	Tilmelding efter 13. november
	Konference & workshop	14.995,-	2.000,-	15.995,-	1.000,-	16.995,-
	Konference	11.995,-	2.000,-	12.995,-	1.000,-	13.995,-
	Workshop	5.995,-		5.995,-		5.995,-

SÅDAN KAN DU TILMELDE DIG:

Venligst oplys tilmeldingskode – se adressefelt

 35 25 35 45
 35 25 35 46

www [www. www.ibceuroforum.dk/cris](http://www.ibceuroforum.dk/cris)
@ registration@ibceuroforum.dk

 IBC Euroforum
Blegdamsvej 104 A
2100 København Ø