



**NAUCONSULT**

Lösungen für Menschen und Organisationen

---

## **Gnadenlos ehrlich? Ja! Aber angemessen!**

### **Kommentar zum Himmeroder Forum vom 3.11.2011**

Schlechte Nachrichten erhöhen die Aufmerksamkeit der Medienkonsumenten, sagen Experten. Umso wichtiger ist es, sich als Unternehmen in der Informationsflut gut darzustellen, auch wenn es um kritische Ereignisse geht. Wenn etwas im Betrieb schief läuft, sagen viele Manager und Unternehmer der Öffentlichkeit: nichts. Ohne Umschweife, das ist Vogel-Strauss-Politik. Kommunikations-Altmeister Paul Watzlawik hat aber unmissverständlich klar gemacht: Man kann nicht nicht kommunizieren. Schweigen verschlimmert die Situation nur. Wer den Medien nicht sagt, wenn Arbeitsplätze abgebaut werden oder Giftstoffe ausgetreten sind, verliert den Rest an Kontrolle über die Informationen. Die Öffentlichkeit und die Medien haben in der Vergangenheit immer wieder spielerisch die „Informationshoheit“ gegenüber täppisch und arrogant agierenden Vorständen und Geschäftsführungen erreicht. Die Beispiele füllen Bände. Mühsam erworbenes Vertrauen verfliegt in Sekunden und ist nicht mehr schnell nachzubeschaffen.

Mancher Mittelständler winkt ab mit der Bemerkung: Das gilt für die großen Unternehmen, nicht für uns. Weit gefehlt. Gerade kleinere Unternehmen müssen auf ihre Beziehungen und auf ihr Image auf der lokalen und regionalen Ebene achten. Wo sonst sollen die qualifizierten Arbeitskräfte herkommen? Und wollen die in einem Unternehmen arbeiten, das „eine schlechte Presse“ hat? Wie aber bekommt man eine gute Presse, ein gutes Ansehen in der medialen Öffentlichkeit? Die Presse als Partner zu gewinnen ist keine leichte, aber eine leistbare Aufgabe. Eine uralte Regel lautet: Sprich mit den Menschen, die über Dich sprechen und schreiben können. Halten Sie Kontakt nicht nur per Mail oder Telefon. Man muss sich immer mal wieder in die Augen sehen. Zeigen Sie den Menschen, was im Unternehmen getan wird. Laden Sie wichtige Meinungsmacher ein, sich das Unternehmen anzuschauen.

Nicht nur in Krisenfällen muss man in zwei Richtungen schauen: nach drinnen und nach draußen. Sorgen Sie dafür, dass die Menschen im Unternehmen als erste von Ereignissen erfahren, auch wenn sie möglicherweise nicht betroffen sind. Mitarbeiter spielen eine wichtige Rolle in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Sie können Informationen „nach draußen“ tragen, mit positiver wie mit negativer Wirkung. Sorgen Sie also dafür, dass die Mitarbeiter immer gute Botschafter für das Unternehmen sind. Wer sich schlecht informiert sieht, verliert das Gefühl, dazuzugehören und damit Loyalität gegenüber dem Unternehmen. Das wäre die Vorstufe zum Kommunikations-GAU.

*Dr. Ekkehard Nau*

**NAUCONSULT**

*Lösungen für Menschen und Organisationen*

*Hauptstrasse 38 D-54552 Immerath*

*T 06573-996404 F 06573-996405*

*contact@nauconsult.de www.nauconsult.de*

---