

Vom Gauner und Duden

... ein Bericht vom 7. Leaderanlass am 13.9.12012

*Auf dem Podium diskutieren Beatrice Tschanz (Kommunikationsberaterin), Roger Köppel (Die Weltwoche) und Peter Marthaler (Die Mobiliar) unter der Leitung von Patrick Rohr zum Thema „**Wie wahr muss Kommunikation sein?**“.*

Schon bei der Begrüssung durch Karin Mathys, ihres Zeichens OK-Präsidentin des Leaderanlasses, wurde schnell klar, dass Kommunikation ein grosses Spielfeld von Subjektivität, Ansichtssache und eigenen Wertvorstellungen ist: Was ist moralisch resp. unmoralisch? Ist bewusst nicht kommunizieren gelogen? Und wann heiligt der Zweck die Mittel?

Von vornherein war klar, dass die illustre Podiumsrunde keine klaren Antworten auf die Fragen geben kann, aber dem Publikum ihre Meinung und Ansicht darlegen, das würde auf jeden Fall gelingen.

Mit Roger Köppel als Vertreter des Journalismus, mit Beatrice Tschanz als etablierte Krisenkommunikatorin und Peter Marthaler als Leiter der Unternehmenskommunikation eines nationalen Top-Versicherers, konnte der Moderator Patrick Rohr auf einen breiten Fundus an Erfahrungen und Meinungen zählen.

Alle Vertreter sind der Meinung, dass Journalisten der Wahrheit verpflichtet sind... und dass der Blickwinkel des Journalisten oft eine grössere Rolle spielt, als der Fakt selber. Frau Tschanz sagte hierzu: „Die Wahrheit ist nicht dehnbar... aber der Blickwinkel darauf schon“.

In Sachen Moral wurde die Welt der Grauzonen betreten. Es wurde gesagt, dass Etwas nicht sagen, nicht die Unwahrheit ist, sondern höchstens unehrenhaftes Verhalten.

Und etwa zur Halbzeit der Diskussion kam dann der Fall Hildebrand/SNB auf und grosses Kino nahm seinen Lauf. Das Publikum lernte die Metapher vom „Voldemort vom Herrliberg“ kennen und bekam eine Köpelsche Auslegung vom Wort „Gauner“ (Anmerkung des Autors: Die Weltwoche hat Herr Hildebrand als Gauner bezeichnet), welches in der „Härte“ gem. Duden zwischen Schelm und Gangster steht. Die Verhältnisse auf der Bühne waren klar: Alle waren sich irgendwie einig, dass Herr Hildebrand das wohl besser nicht gemacht hätte – da unmoralisch, aber dass die „Vernichtungsstrategie“ der Weltwoche z. T. schon verwerfliche Tendenzen hatte. Weiter lernte das Publikum insbesondere Herr Köppel als harten Verfechter seiner Meinung kennen und es wurde rasch offensichtlich, dass hier noch Stunden ans Diskussionspotential vorhanden wäre.

In Sachen Unternehmenskommunikation ging die Diskussion andere Wege: Die Wahrheit kommunizieren hat oberste Priorität und die Tatsache, dass die Kommunikation auf Grund der neuen Medien immer schneller wird, macht es nicht einfacher. Spannend war die Aussage, dass der CEO in der heutigen Welt viel mehr „Medien“-Kommunikationsfähigkeit haben muss als noch vor ein paar Jahren... und auch hier: Nicht-Kommunizieren ist gefährlich, denn irgendwann kommt es eh raus. Es gebe nur ganz wenige vertretbare Situationen, wo ein „No Comment“ angebracht ist. Und „No Comment“ ist keine Lüge!

Fazit des 7. Berner Leaderanlasses: So gern man hört, dass Lügen keine Kommunikationsform sein dürfen, ist die Mannigfaltigkeit von Grauzonen breit vorhanden und sobald es um Ethik und Moral geht, tickt jeder Mensch anders... was schon bei drei Podiumsmitgliedern klar zu spüren war.

Einmal mehr ist es den Organisatoren gelungen, eine starke Runde zu einem aktuellen Thema zu engagieren und das Publikum wurde bestens unterhalten. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass der Berner Leaderanlass zu einem fixen Agendapunkt des Wirtschaftsraumes Bern geworden ist und insbesondere auch der Networking Aspekt ein starkes Argument für den Event ist.

DW, 16.9.2012