



Podiumsdiskussion des Wertedialog in München

Uneinigkeit über Wirtschaft und Wahrheit

München 15.02.2008 - Wie viel Wahrheit kann oder muss in Unternehmenskommunikation stecken? Das Forum für eine kontroverse Diskussion dieser Frage bot die 15. Podiumsveranstaltung der Initiative Wertedialog, die jetzt im Münchener BMW-Pavillon stattfand.

Konträre Statements grenzten bereits zu Beginn der Diskussion die Meinungen der fünf hochrangigen Podiumsgäste deutlich voneinander ab. „Wahrheit ist das einzige Mittel, um Kommunikation glaubwürdig zu machen“, so Prof. Klaus Peter Nebel, Leiter der Unternehmenskommunikation der Tchibo GmbH. Auch Stefan Krause, Vorstandsmitglied der BMW AG betonte die ethische Bindung von Unternehmen. In der Praxis gebe es aber eben „mehr als nur eine Wahrheit oder nur einen Blickwinkel in der Unternehmenskommunikation“. Am Ende zähle häufig „Wahrnehmung statt Wahrheit“, stellte der BMW-Manager fest.

Die Diskussionspartner Michael Baur (Managing Director von Alix Partners) und Prof. Dr. Rainer Trinczek (Lehrstuhl für Soziologie an der TUM Business School München) erweiterten das Spannungsfeld für die Diskussion, die von Dr. Katja Nagel, Geschäftsführerin von Cetacea Communications & Public Relations und Top-Management-Beraterin, moderiert wurde: „Botschaften müssen so formuliert sein, dass der Empfänger sie versteht“, so Baur.

Professor Trinczek verwies darauf, dass „Menschen nicht naiv sind und daher berücksichtigen, dass Wahrheit in der Unternehmenskommunikation nicht uneingeschränkt verkündet wird“ - insbesondere im Fall von Werbung. Harald Ehren, Journalist und Gründungsredakteur der Financial Times Deutschland, erläuterte, dass „nicht Unternehmen, sondern Menschen überzeugen - mit ihrer Glaubwürdigkeit sinkt oder steigt die Erfolgswahrscheinlichkeit externer Kommunikation“. Er plädierte für mehr ehrliche und klare Statements in Werbung und Unternehmensdarstellung.

Gelegenheit zur Diskussion mit den Podiumsteilnehmern sowie der Veranstalterin und Initiatorin des Wertedialog, Stefanie Unger, sowie der Schirmherrin Christiane Novakovic bot sich den 130 Gästen beim anschließenden Get together. Markantes Thema war hier in vielen Gesprächen die umstrittene Wertegebundenheit von Private-Equity-Unternehmen, die deshalb bei der nächsten Wertedialog-Veranstaltung behandelt werden soll. Geplant ist sie für den Frühsommer in Hamburg.

Über den Wertedialog:

Mit dem Wertedialog steht hochrangigen Wirtschafts-, Wissenschafts- und Medienvertretern eine Plattform zur Verfügung, die Diskussionen initiiert, fördert und erweitert. Der Wertedialog beabsichtigt, Aufmerksamkeit für das Thema werteorientierte Unternehmensführung zu schaffen, gleichzeitig Dinge anzupacken und zu verbessern. Der Wertedialog wurde von der Unternehmensberaterin und Buchautorin Stefanie Unger gegründet. Sie begann ihre Karriere bei Arthur Anderson & Co. und hat sich seit ihrer persönlichen Erfahrung mit dem Untergang der Beratungsfirma den Themen Werte, Vertrauen und Kontrolle in der Wirtschaft verschrieben.

Schirmherren des Wertedialog sind:

Christine Novakovic, Kunsthändlerin bei Barr & Ochsner, ehemals Vorstandsmitglied der HypoVereinsbank und davor Deutschland-Chefin der Citibank.

Prof. Susanne Porsche, Filmproduzentin, Medienjournalistin und Unternehmensberaterin in Medienfragen, Vorstandsmitglied der Europäischen Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft und Gründerin der Produktionsgesellschaft summerset GmbH.

Cetacea Communications & Public Relations GmbH