

Kommunikation ist manchmal Kampf

Der Mainzer Medientrainer Jörg-Michael Junginger berät Unternehmen in Krisenzeiten

MAINZ In Krisenzeiten sind Unternehmen und Politiker gezwungen, an die Öffentlichkeit zu gehen, um Farbe zu bekennen. Doch dafür sind sie meist denkbar schlecht vorbereitet, sagt Jörg-Michael Junginger, Journalist und Medientrainer aus Weisenau. Aktuelle Beispiele für ihn - die Wohnbau und die Kraftwerke Mainz-Wiesbaden (KMW).

Die KMW mit ihrem Vorhaben, ein Kohlekraftwerk zu bauen, haben laut Junginger gleich zu Beginn einen folgenschweren Fehler begangen: Sie haben nicht die Kommunikation mit Gegnern gesucht. „Hätte die KMW im Vorfeld alle eingebunden, wäre die Situation heute eine andere“, ist der Spezialist für Krisenkommunikation überzeugt.

Da dies nicht erfolgt sei, hätten sich die Fronten gera-

dezu notwendig verhärtet. Jetzt versuche die KMW mit einer „Bulldozer-Politik“ das Bauprojekt durchzusetzen.

Auch der Versuch, eine Umfrage, die einen riesigen Widerstand der Bevölkerung gegen das Kraftwerk konstatiert, mit einer entgegengesetzten Umfrage zu kontern, ist ihm zufolge zwar üblich, aber nicht sinnvoll. Weü die Menschen wüssten, dass mit Umfragen alles belegt werden kann.

Während die KMW von Anfang an den falschen Weg gewählt hätten, zeigt sich bei der Wohnbau, so Junginger, eine verhängnisvolle Salami-taktik: „Die kommunikative Crux ist, dass die Wahrheit nur scheinbar offen gelegt wird.“ Unverständlich ist für den 49-Jährigen etwa, dass Kosten nicht veröffentlicht werden: „Warum sollte ich nicht für Transparenz? Es

gibt nichts mehr zu verlieren.“

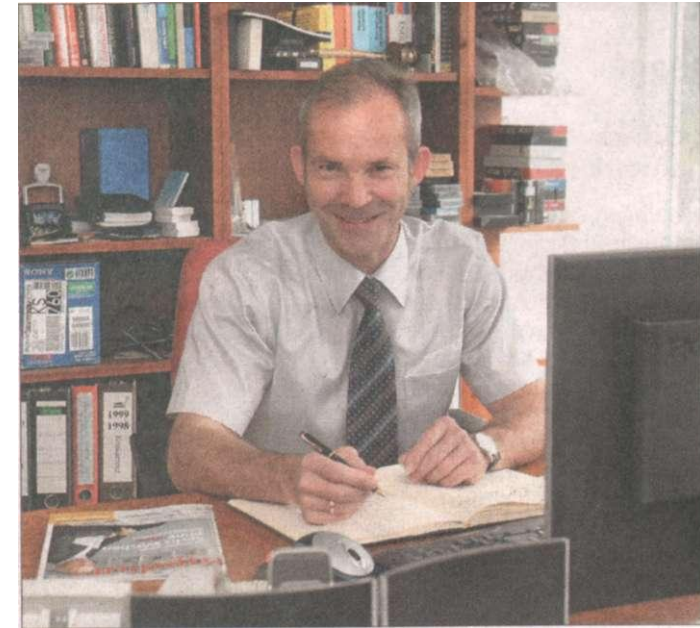
Doch es ist noch etwas Anderes, was Junginger in Rage bringt: Er wirft den Verantwortlichen bei der Wohnbau vor, dass sie die Bürger nicht ernst nehmen. Das zeige sich selbst dann noch, wenn sie sich entschuldigen. Für Junginger ein Unding, da sich die Verantwortlichen gar nicht selbst entschuldigen könnten, sondern die Bürger, die letztlich für Millionenverluste aufkommen, um Entschuldigen bitten müssten. „Politiker glauben, dass sie nicht die Konsequenzen tragen müssen“, ist sein bitteres Fazit. Und das werde sich rächen, ist Junginger überzeugt und verweist auf die zunehmende Wahl- und Politikverdrossenheit.

Dass Unternehmen und Pöitiker schlecht mit der Öffentlichkeit umgehen, ist aber kein Problem, dass nur die

Domstadt betrifft. Wenn etwa der Chef von Vattenfall vom Ministerpräsidenten des Landes Schleswig-Holstein über Probleme im Atomkraftwerk Krümmel informiert wird, sei das schlicht „peinlich“.

Einen grundsätzlichen Schwachpunkt sieht Junginger darin, dass Manager und Politiker zwar meist über eine gute Sachkenntnis verfügen, aber über keine Strategien im Umgang mit der Öffentlichkeit. „Kommunikation ist manchmal eine Form von Kampf“, sagt er. Es gehe darum, die eigene Sichtweise zu platzieren. Hier empfiehlt er seine drei „P“: sich persönlich einbringen, plausibel argumentieren, um sich so eindeutig zu positionieren.

Sollten nun Politiker auf die Idee kommen, Jungingers Dienste in Anspruch zu nehmen, dann dürfte das vergeblich sein: „Pöitiker berate ich



Auch zur Wohnbau-Krise und zum Streit ums Kohlekraftwerk hat sich Jörg-Michael Junginger Gedanken gemacht. • Foto: Braun

nicht, weil Politiker lernen wollen, wie sie drum herum reden können“, betont Junginger. Der Journalist ist seit 1997 mit seinem Unternehmen „media advice“ als Berater und Trainer tätig. Zu sei-

nen Kunden zählt er Mainzer Unternehmen, aber auch Dax-Konzerne. Unter anderem schult er Teilnehmer der Fernseh-Talkshows von Maybrit Iiiner und Sandra Maischberger. (be)