

Governmental?

Wenn ein Großkonzern mit manchen Geschäftsgebieten bewusst nicht-öffentlich agiert – wie geht man dann mit Presseanfragen dazu um? „Kein Kommentar“ könnte negativer klingen als nötig.



VOGEL!

Die Art und Weise, wie mit der Öffentlichkeit kommuniziert wird, ist in jedem Unternehmen ein wesentlicher Teil der Marktstrategie.

In erster Linie dient sie dazu, sich am Markt zu positionieren und das Vertrauen der Kunden sowie der Gesellschaft gegenüber dem Unternehmen aufzubauen. Daher haben die meisten Unternehmen ab Mittelstandsgröße eine eigene Kommunikationsabteilung, die sich beispielsweise um die Präsentation von neuen Produkten und Dienstleistungen kümmert und, falls nötig, Position zu einem Thema oder einer Entwicklung bezieht.

In bestimmten Situationen mag es in der Tat vorkommen, dass sich ein Unternehmen zu einem Thema nicht äußert. Das ist völlig normal, denn es besteht keine Pflicht, permanent zu jedem Thema oder Produkt oder Ereignis Stellung zu beziehen.

Bei Presseanfragen mit „Kein Kommentar“ zu antworten, ist als primäre Antwort zunächst einmal keine gute Lösung.

Denn es kommt sofort der Verdacht auf, da werde etwas verheimlicht. Hilfreicher ist es immer zu erklären, warum das

Unternehmen zu einem Thema xy gerade nichts sagen kann: Die Entwicklung ist noch nicht abgeschlossen, man ist noch in Verhandlung mit dem Dienstleister, die Gespräche dauern an, wir haben noch nicht alle Zahlen, es ist noch in der Abstimmung, und wir melden uns wieder etc. **Es gibt unzählige Möglichkeiten, etwas zu sagen, ohne etwas zu sagen.** Das nennt man Holding-Statement. Damit kann jeder Journalist leben.

Aber was tun, wenn die Hütte brennt? Ein Fabrikunfall, eine unbekannte Nebenwirkung eines Medikaments, ein verbotener Zusatzstoff in Nahrungsmitteln oder gar ein Justizskandal wird plötzlich aufgedeckt, und man weiß nicht, wieso und warum. **Es gibt Situationen, da hat auch das betroffene Unternehmen selbst nicht sofort die Antwort. Wenn dann das Telefon heiß klingelt, die Holding-Statements nicht mehr ausreichen und der Unternehmenssprecher mit Gerüchten oder Maßnahmen konfrontiert wird, dann kann tatsächlich**

„Kein Kommentar“ die beste Antwort sein. Sie hilft in diesem seltenen Fall zu vermeiden, dass Aussagen getätigt werden, die falsch ausgelegt und dem Unternehmen später vorgeworfen werden könnten. Man schweigt also nicht, um etwas zu vertuschen, sondern die Aussage dient vor allem dem augenblicklichen Selbstschutz des Unternehmens, das gerade mittendrin ist, die Ursache einer Katastrophe zu finden. Letztlich geht es darum, potenziellen Reputationsschaden zu vermeiden.

In solchen Situationen – und nur in solchen – ist „Kein Kommentar“ in den meisten Fällen nicht als negativ zu bewerten. Es bedeutet schlicht und einfach, dass ein Unternehmen zum gegebenen Zeitpunkt noch nicht an die Öffentlichkeit gehen kann, um Sicherheit und Richtigkeit mit Blick auf die zu kommunizierende Information zu gewährleisten. Ein Unternehmen will so lediglich verhindern, dass die Öffentlichkeit durch ungenaue Informationen falsche Schlüsse zieht, die zu einem späteren Zeitpunkt schwer zu korrigieren sind.