



## Medienmitteilung

Bern, 29. Oktober 2009

### 16. Schweizer PR-Symposium **Kommunikation in Krisenzeiten**

**Der Mensch muss im Mittelpunkt der Kommunikation stehen und direkt und sinnlich angesprochen werden. Dies ist eines der Erfolgsrezepte zur Herstellung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit insbesondere in Krisenzeiten, wie sich am diesjährigen Schweizer PR-Symposium gestern in Bern zeigte. Im Fokus der Veranstaltung, an der über 200 Kommunikationsfachleute aus der ganzen Schweiz teilnahmen, standen die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesrates und die besonderen kommunikativen Herausforderungen, die sich aus der weltweiten Finanzkrise für Banken und andere Institutionen ergeben.**

„Wenn man in Krisensituationen nicht plakativ sein kann, sollte man besser nichts sagen“, war eine der Konklusionen von Larissa Alghisi Rubner, bei der UBS zuständig für die konzernweite interne Kommunikation und das Issues Management. Für Alghisi war klar, dass die Medien an einer Beseitigung von Missständen nicht interessiert sind, weil negative Nachrichten und öffentlich gemachte Kontroversen Teil ihres Geschäfts sind. Natürlich habe man in der einmaligen und aussergewöhnlichen Situation, in der sich die Bank im Jahr 2007 befand, auch Fehler gemacht, räumte Alghisi ein. Auf Grund der gemachten Erfahrungen würde sie in Zukunft der internen Kommunikation wesentlich mehr Gewicht einräumen um gegen aussen bewusst zurückhaltender zu sein beim Versuch, positive Erwartungen zu generieren, so die Schlussfolgerung der UBS-Vertreterin in ihrem praxisnahen Erlebnisbericht.

„Who is actually in charge in Switzerland?“ – „Wer ist eigentlich zuständig in der Schweiz?“ sei die etwas konsternierte Frage einer hochrangigen US-Delegation noch einer Reise in Schweiz im Rahmen der Diskussion um die nachrichtenlosen Vermögen gewesen, sagte Alfred Defago in seinen Betrachtungen zur Krisentauglichkeit des schweizerischen Regierungssystems. Für den früheren Schweizer Botschafter in den USA ist klar, dass im Bundesrat auch heute oft der inhaltliche Konsens fehlt und sich die Regierung insbesondere in heiklen Situationen nicht aktiv, sondern reaktiv verhält. Trotzdem war für Defago klar: „Das schweizerische Regierungssystem ist zwar notorisch f hrungsschwach. Dennoch funktioniert es im Quervergleich unter normalen Umständen gut und bürgernah.“

In die gleiche Richtung stiess der frühere Regierungssprecher Oswald Sigg. „Wir haben eigentlich keine Regierung, sondern einen Verwaltungsrat“, meinte Sigg im Hinblick auf die Besonderheiten des politischen Systems der Schweiz. Immerhin fand Sigg auch moderat positive Worte für den aktuellen Bundespräsidenten und seinen Einsatz in der Lybien-Krise: „Hans Rudolf Merz hat wenigstens etwas versucht.“ Trotzdem war auch für Sigg klar, dass sich auf Grund der Rahmenbedingungen auf absehbare Zeit an der Kommunikation des

Bundesrates nichts ändern wird – einmal abgesehen von den unterschiedlichen Persönlichkeiten und den jeweiligen Kommunikationsstilen des jährlichen wechselnden Bundespräsidenten.

Avenir Suisse Direktor Thomas Held äusserte sich grundsätzlich skeptisch zu den Möglichkeiten der PR in wirklich aussergewöhnlichen Lagen: Wenn etwa das Vertrauen in die Finanzmärkte erodiert oder zusammenbricht, führen PR-Massnahmen seiner Meinung nach nur zu einer Verstärkung der Krise: „Nur schon das Reden über Vertrauen zerstört das Vertrauen“, so Held. Optimistischer sah dies die Unternehmensberaterin Paola Ghillani. Nach ihrer Meinung braucht es in erster Linie Taten statt Worte, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen.

Mit einem launigen rhetorischen Feuerwerk schloss der Publizist und Philosoph Ludwig Hasler das Symposium ab. Hasler analysierte u.a. die grosse Ausstrahlung und Glaubwürdigkeit von Barack Obama, der mit seinen Auftritten sozusagen die Kinderseele in uns zum Klingen bringe. „Menschen kommunizieren nicht von Hirn zu Hirn“, hielt Hasler fest und plädierte für eine direkte und sinnliche Ansprache der Individuen. Dabei braucht es nach Hasler nicht einfach technische Kommunikationskompetenz, sondern Persönlichkeit, Souveränität und Sinnlichkeit im öffentlichen Auftritt. Oder, wie es Hasler in Anlehnung an ein Wort von Einstein ausdrückte: „Wer *nur* von PR etwas versteht, versteht auch von PR nichts!“

Das 16. Schweizer PR-Symposium wurde organisiert vom Berufsregister BR-SPRG der Schweizerischen Public Relations Gesellschaft SPRG. Hauptsponsoren der Tagung waren das Schweizerische PR-Institut SPRI sowie News Aktuell (Schweiz). Einzelheiten zum Programm finden sich auf der Website des Berufsregisters BR-SPRG [www.br-sprg.ch](http://www.br-sprg.ch).

#### Für weitere Informationen

Geschäftsstelle des Berufsregister BR-SPRG, Thomas C. Maurer (Präsident)  
c/o Maurer Partner Communications AG, Marktgasse 29, Postfach 475, 3000 Bern 7  
Tel: 031 380 81 11; Fax: 031 380 81 12; E-Mail: [info@br-sprg.ch](mailto:info@br-sprg.ch)