

„Manager sind Botschafter“

Herr Essing, anders als Politiker und Künstler sind Manager in der Öffentlichkeit kaum bekannt. Welche Ursachen hat das?

Das stimmt nur teilweise, einige Unternehmer und Manager sind äußerst bekannt. In den vergangenen Jahren haben wir allerdings eine Normalität zurück erlangt, die während des Booms am Neuen Markt abhanden gekommen war. Damals wurden Manager zu Popstars stilisiert, etwa Thomas Middelhoff, Ron Sommer und Thomas Haffa. Das war weder gut für die Wirtschaft noch für die Unternehmen.

Dennoch machen viele Manager den Eindruck, als scheuten sie das Licht der Öffentlichkeit. Ist denn Rückzug die richtige Strategie?

Nein, ein Manager ist höchster Repräsentant und oberster Botschafter seines Unternehmens. Deshalb sollte er dessen Werte auch öffentlich vertreten. Eine solche Personalisierung hat im Idealfall für das Unternehmen großen Nutzen. Aber Manager sind keine Popstars und sollten nicht versuchen, solche zu sein.

Keine Popstars, aber öffentliche Personen?

Die meisten Manager sind heute bereit, Kommunikation als Führungsinstrument einzusetzen. Vor zehn Jah-

ren sah das bei vielen Unternehmen noch anders aus. Da herrschte die Regel: Jeder Tag, an dem wir nicht in der Zeitung stehen, ist ein guter Tag. Heute wissen die Unternehmensführer, dass sie durch geschickte Kommunikation viel bewegen können. Aber viele müssen noch lernen, dass sie bei öffentlichen Äußerungen große Verantwortung tragen. Ein Manager muss darauf achten, dass sein Wort gewichtig bleibt. Je häufiger er mit immer neuen Themen in der Öffentlichkeit erscheint, desto geringer wird die Glaubwürdigkeit.

Machen die PR-Berater unbekannter Manager etwas falsch?

PR-Berater können nicht zaubern. Und die Medien konzentrieren sich nun mal gerne auf wenige große Dax-Unternehmen. Kleinere Firmen haben es da schwer, Aufmerksamkeit zu erregen. Sie fallen häufig selbst dann durch das Raster, wenn sie eine interessante Botschaft vermitteln können. Abgesehen davon muss auch nicht jeder Manager so bekannt sein wie Porsche-Chef Wendelin Wiedeking. Wer auf der Straße ständig erkannt wird, gibt auch einen großen Teil seiner persönlichen Freiheit auf.

Welchen Nutzen hat es für ein Unternehmen, wenn der Manager eine öffentliche Person ist?

Die Bekanntheit eines Managers kann das Unternehmen ins Gespräch bringen. Wenn der Chef in der Öffentlichkeit seriös, kompetent und glaubwürdig erscheint, dann überträgt sich das automatisch auf die Produkte seines Unternehmens. Die Kunst besteht darin, sie mit positiven Inhalten zu verbinden. Wenn das gelingt, wird sich auch ein positiver Effekt auf den Umsatz und den Gewinn des Unternehmens ergeben. Zudem gewinnt das Unternehmen neuen Handlungsspielraum. Ferdinand Piëch ist das bei Volkswagen gelungen. Weil er für Qualität stand, hat man ihm abgenommen, dass auch die Qualität der Autos besser geworden ist.

Mit welchen Themen können Manager positiv auffallen?

Die Auswahl der Themen ist besonders wichtig. Der Manager muss sie authentisch vertreten. Zuhörer merken sofort, wer es nicht ernst meint. Das Thema muss mit dem Unternehmen zu tun haben und relevant für die Öffentlichkeit sein.

Eignen sich auch politische Themen, die mit dem Unternehmen selbst nur am Rande zu tun haben?

Ja, solange sie nicht willkürlich gewählt sind. Die Öffentlichkeit merkt sofort, wenn sich jemand nur profilieren will. Vor einigen Jahren haben



Kommunikationsberater Norbert Essing gilt als einer der Top-Strippenzieher der deutschen Wirtschaft

mehrere Unternehmensführer massiv den Standort Deutschland kritisiert, um Schlagzeilen zu produzieren. Das ging nicht gut. Politik und Bevölkerung haben sich gewehrt.

Wer bekannt ist wie ein bunter Hund, wird angreifbar.

Sicher, das ist ein Nachteil. Je bekannter der Manager, desto stärker schaut ihm die Öffentlichkeit in schlechten Zeiten auf die Finger. Bei Thomas Haffa war der Absturz programmiert. Er ist der Sonne zu nahe gekommen, indem er sich zum König des Neuen Marktes aufgeschwungen hat. Wenn die Prominenz zum Selbstzweck wird, geht es schnell schief. Die Kunst besteht in der intelligenten Steuerung.

Die Fragen stellte Christoph Hus

