

Interview mit Manfred Godek,
Kommunikationsberater und Autor, Monheim am Rhein

RISIKEN

gehören zum Geschäft

In Ihrem Beitrag [Anm. d. Red. siehe S. 50] kommen vor allem Berater zu Wort. Konnten Sie keine Stimmen aus Unternehmen einfangen?

Die Lebensmittelbranche gibt sich sehr zugeknöpft. Unternehmen verweisen auf ein existierendes Risikomanagement, sagen aber nicht, was konkret getan wird. Zu Produkten kann man auf den Webseiten endlos scrollen. Aber nicht dazu, was passiert, wenn Ware kontaminiert oder verdorben ist.

Worin sehen Sie den Grund für die Zurückhaltung?

Es herrscht eine beinahe panische Angst davor, sozusagen mit den eigenen Schwachstellen er tappt zu werden. Dabei kann man unter www.lebensmittelwarnung.de nachlesen, was fast täglich passiert. Risiken gehören zum Geschäft. Sie resultieren aus immer komplexer werdenden Lieferketten und Prozessen. Sie sind systemimmanent und gehören entsprechend thematisiert. Tatsächlich werden sie tabuisiert.

Was kann eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit bewirken?

Definitiv mehr Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Verarbeiteten Lebensmitteln haftet ohnehin ein schlechter Ruf an. Wenn Bakterien oder Glasplitter hinzukommen, wird der Verbraucher in seiner negativen Haltung bestätigt. Die Unternehmen sollten auf ihren Internetseiten kommunizieren, dass sie Produkttrisiken ernst nehmen und wie sie mit ihnen umgehen.

Sie schreiben, dass im Ernstfall unprofessionell reagiert wird. Welches sind die Ursachen und Folgen?

Betroffene Unternehmen reagieren wenig souverän. Es wird abgeblockt, herum laviert und beschönigt. Der Verbraucher fühlt sich verschaukelt. Er hat eine perfide Art entwickelt, sich zu rächen, indem er bestimmte Produkte meidet oder von einzelnen Herstellern nicht mehr kauft.

Wie kann Kommunikation auf eine solche Situation professionell eingestellt werden?

Im Gegensatz zu administrativen Prozessen lässt sich Kommunikationsfähigkeit nicht durch Handbücher vermitteln. Bewährt haben sich Trainings, bei denen Notfallszenarien definiert und durchgespielt werden. Dazu gehörten Sprachregelungen gegenüber der Presse und Kommunikation wie Telefonate oder E-Mail-Verkehr mit Vertriebspartnern, Lebensmitteluntersuchungsämtern und Journalisten. Aktion und Redaktion werden professionell ausgewertet und nachjustiert.

Also eine Art Training zu Stressbewältigung?

Das Ziel ist Wahrheit und Klarheit. Lügen und Vernebelung wären zunächst sogar einfacher. Die Folgen daraus wie jahrelange Reputationschäden aber um mein Vielfaches dramatischer.

Vielen Dank für das Gespräch! ■