MANDANTENBRIEF 04 / 2016

GLAUBWÜRDIGKEITSVERLUST

Die Demokratie in Deutschland lebt davon, daß die Bürger Vorgänge in der Politik, bei den Medien und in der Wirtschaft nicht nur verstehen, sondern diese nachvollziehen können. Dann sprechen wir von einer „gelebten Demokratie".

* * *

Beängstigend für die Politik sind die niedrigen Zahlen bei Wahlbeteiligungen – gleich, ob Bundestags- oder Landtagswahlen – zumal die Wahlmüdigkeit deutlich macht, daß der Bürger verunsichert ist, nämlich ob „die da oben" die Probleme der „die da unten" verstehen und durch das Setzen von Rahmenbedingungen und Fällen von Entscheidungen eine positive Grundtendenz bewirken. Der deutsche „Häusle-Bauer" ist es gewohnt, durch akribisch-definierte, administrative Planungsschritte seinen Traum zu realisieren. Sieht man jedoch die verkorkste Planung des Flughafens Berlin, des Bahnhofs Stuttgart, der Philharmonie in Hamburg an, dann schütteln die Bürger nur noch mit dem Kopf. Verstärkt wird dieses Unverständnis seitens der Bürger heutzutage durch unüberlegte (zu schnelle) Entscheidungen in der Energie- und der Einwanderungspolitik. Hier wird dem Bürger weiss gemacht, daß weder der Atomausstieg noch die jetzige Flüchtlingspolitik planbar gewesen sind. Die heftigen Irritationen auf Seiten der Bürger hätten kanalisiert werden können, wenn die sich Politik Zeit für vorbereitende Schritte und Informationen genommen hätte.

Die Medien stellen sich gerne als ein wichtiger demokratischer und unabhängiger Faktor dar. Schaut man jedoch kritisch hinter die Kulissen, dann gelangt man schnell zu dem bedrückenden Ergebnis, daß die Presse eher dem Mainstream nachgeht, sich selbst zitiert und eine kritische, ja fast oppositionelle Meinung nicht vertritt. Was ist den verkehrt daran, wenn Putin mal nicht verdammt wird, wenn demokratische Strukturen mal nicht als die „allein – selig – machende Regierungsform" dargestellt werden, wenn man mit Ulrich Wickert fordert: „Gauner muss man Gauner nennen dürfen." Blind folgen die Medien dem Trend der political correctness – gleich, ob sinnvoll oder nicht.

Doch auch die Wirtschaft leidet unter einem wachsenden „Unverständnis" der am Wirtschaftsleben teilnehmenden Bürger. Wie soll man einem braven Steuerzahler erklären können, daß für einen abgehalfterten Politiker eine Vorstandsposition bei der DEUTSCHEN BAHN geschaffen wird, der zurückgetretene Vorstandschef bei VW sein volles Gehalt noch weitere 1 ½ Jahre bezieht, ohne dafür eine Leistung zu erbringen, der „verantwortungsvollen" Deutschen Bank Strafzahlung in Milliardenhöhe ins Haus stehen.
Gerade in der heutigen Zeit der Informationsflut gilt es kritisch und wachsam zu sein: Jeder kann im Internet Beispiele für seine Meinung finden – und sei sie noch so extrem. Tendiert jedoch das veröffentlichte Statement in Richtung Propaganda, ist sicherlich ein Grenzwert erreicht, der die Wahrheit verdunkelt.

Jeder weiß, daß der Prozess Vertrauen aufzubauen, bedeutend länger dauert, als Vertrauen zu zerstören. Dies gilt umso mehr, wenn verlorenes Vertrauen wieder restauriert werden muss. Also was gilt es zu tun, denn den Bürger oder den Mitarbeiter für unmündig, für nicht wissend oder gar dumm zu behandeln, wäre der größte Fehler. Als Ziel gilt es, die Kommunikationspolitik so zu gestalten, daß der Bürger das Gefühl bekommt, daß er

- mit Hilfe von Tatsachen (Zahlen, Daten, Fakten) sachlich richtig informiert wird
- zeitnah umfassend und schwierige Sachverhalte erläuternd aufgeklärt wird
- Informationen über positiv abgeschlossene, aber auch über die negativ (verkehrt) gelaufene Projekte erhält
- dem „Vater Staat" vertrauen kann und nicht durch Nicht-Handeln, durch gezielte Desinformationen bis hin zu „halb die Wahrheit" Sagen im starken Maße verunsichert wird

Sind auf den Mainstream ausgerichtete „In-Werte", wie die politische Korrektheit, das „Gut-Menschentum", das „es jedem Recht machen zu wollen" tatsächlich der richtige Weg der Betrachtung bzw. der Kommunikationsstrategie oder handelt es sich um eine moralische Sackgasse?

* * *

Zur Diskussion der einen oder anderen Fragestellung stehen Ihnen die erfahrenen Berater der TMC - Gruppe jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS – Gruppe