

GRAZ

„Reputation von Boeing ist jetzt im Keller“

Manager und Experten beleuchteten bei WdF-Debatte in Graz Reputationsrisiken für Unternehmen.

Mit dem Imagesdesaster, das Boeing derzeit durchfliegt, befasste sich im Rahmen einer Podiumsdiskussion im Skyroom des Styria Media Centers auch **Harald Schiffl**. Der Geschäftsführer der clavis Kommunikationsberatung, der sich als strategischer Berater seit Jahrzehnten mit Krisenkommunikation und Reputationsmanagement auseinandersetzt, konstatierte:

„Die Reputation von Boeing ist jetzt im Keller.“ Das Thema drehe sich von den Abstürzen über die Startverbote bis hin zu den FBI-Ermittlungen und sogar zu Debatten über die generellen Gefahren des Fliegens immer weiter und weiter. Nur eine Causa von vielen, anhand derer Schiffl exemplarisch den Verlauf von Imagekrisen in der Wirtschaft analysierte.

Der Abend, zu dem das Wirtschaftsforum der Führungskräfte (WdF), die Industriellenvereinigung und der Versicherungsmakler GrECo luden, stand im Zeichen von Reputationsrisiken für Unternehmen. Eine der zentralen Botschaften von Schiffl vor den mehr als 100 Gästen: „Krisen im Unternehmen sind immer auch Vertrauenskrisen.“ Daher gelte umso mehr: „Man darf sich in solchen Situationen nicht verstecken, sondern muss wahrhaftig

kommunizieren.“ Nur so sei es möglich, Reputation aufzubauen und auch zu halten. Glaubwürdige und offene Botschaften seien in einer Krise essenziell. Ein Befund, dem sich auch **Markus Mair**, Vorstandschef der Styria Media Group, anschloss. Im Krisenfall sei ein 360-Grad-Blick mit offener und ehrlicher Kommunikation notwendig.

Michael Wachsler-Markowitsch,

Finanzvorstand der börsennotierten ams AG, betonte auf Frage des WdF-Vorsitzenden **Christian Kehrer**, dass der Vorbereitung auf etwaige Krisensituation eine zentrale Rolle zukomme. „Wir haben im Unternehmen für diverse Szenarien Kommunikationsstrategien in der Schublade.“ Saubermacher-Gründer **Hans Roth** gab Einblicke in die Risiken der Entsorgungsbranche, etwa durch die Häufung von leicht

entflammaren Lithium-Batterien. Rund sieben Millionen Euro habe sein Unternehmen daher zuletzt in den Brandschutz investiert. **Severin Gettinger** von der Allianz verwies auf das aktuelle „Risk Barometer“ seines Hauses, das zeigt, dass Reputationsverlust mittlerweile unter den Top-10-Risiken für Unternehmen rangiert. Daher hat die Allianz mittlerweile sogar eine Versicherung zum Reputationsschutz im Angebot, die etwa einen Gewinnentgang ersetzt.



Michael Wachsler-Markowitsch, Hans Roth



Markus Mair, Christian Kehrer, Harald Schiffl