

Bürgerdialog und Stakeholder-Kommunikation als Erfolgsmodell

Der Duden definiert Dialog als „Gespräche, die zwischen zwei Interessengruppen geführt werden und dem Zweck des Kennenlernens der gegenseitigen Standpunkte dienen“. Der Dialog ist en vogue: Politiker reden ständig davon, sie müssten den Dialog mit den Bürgern suchen und deren Sorgen und Ängste aufgreifen. Medien fordern ihre Leser und Zuschauer zu Feedback und Kritik auf und Unternehmen betonen, sie wollen den Dialog mit ihren Kunden, um zu erfahren, was diese eigentlich bewegt.

Wo kommt hier die Kommunikationsberatung ins Spiel? Für Wirtschaft, Politik und eigentlich jede Form von Zweckgemeinschaft ist der Stakeholder-Dialog immer dann essentiell, wenn bei Projektumsetzung Menschen mit konträren Interessen, Dauermörgler oder Wutbürger ins Boot geholt werden müssen.

Eine Kommunikationsberatung kommt auch dann ins Spiel, wenn es gilt, politische Entscheidungsträger, Baubehörden, Denkmalsschutzämter und sonstige Verwaltungen zu überzeugen oder Bürgerinitiativen einzubinden. Bei Infrastrukturprojekten hängt an einem gelungenen Dialog mit gesellschaftlichen Akteuren häufig eine Milliardeninvestition.

Auf Unternehmenskommunikation, Bürgerdialog und die Stakeholder-Kommunikation hat sich die Agentur navos spezialisiert, die mit Standorten in Berlin, Düsseldorf und im bisher kommunikationswirtschaftlich wenig aufgefallenen Kassel vertreten ist und Anfang November ihr fünfjähriges Bestehen feiert. Die mit 30 Preisen – unter anderem Internationaler Deutscher PR-Preis, PR Report Award und Sabre Award – in fünf Jahren hochdekorierte Kommunikationsberatung gehört zu den eher leisen Vertretern der ansonsten um offensive Eigen-PR nicht verlegenen Agenturszene, die Etatgewinne und Projekte öffentlichkeitswirksam in Szene zu setzen versucht. Als „Public Dialogue Consultants“ bezeichnet sich navos selbst.

Führungsduo mit langjähriger Agenturexpertise



Das Foto zeigt das Führungsduo von navos – Public Dialogue Consultants GmbH: Anja Schlicht und Markus Hilse.

„Wir nehmen uns nie wichtiger als unsere Kunden“, betont Anja Schlicht, die die Agentur gemeinsam mit Markus Hilse als Managing Director leitet. Beide hatten vor Eröffnung ihrer eigenen Firma bereits eine langjährige Agenturkarriere hinter sich. Schlicht leitete das Berliner Büro von PRINT Communications Consultants; Hilse führte die Geschäfte. Von 2000 bis 2007 lag die Leitung des Bereichs Public Affairs bei Hill & Knowlton in ihren Händen. Markus Hilse war 15 Jahre geschäftsführender Gesellschafter in unterschiedlichen Firmen und Beteiligungen von KohtesKlewes/ECC/Pleon – ein Sprungbrett für zahlreiche führende Köpfe der Agenturszene. 40 Mitarbeiter umfasst ihr interdisziplinär aufgestelltes Team heute. Jung von Matt hält eine 40-prozentige Beteiligung und sitzt passenderweise im eher ruhigen Teil Berlin-Kreuzbergs am Südsterne gleich nebenan.



Wer etwas über die Kunden von navos erfahren möchte, braucht Geduld. Wintershall, größter international tätiger deutscher Erdöl- und Erdgasproduzent und Teil der BASF-Gruppe, ist einer davon. navos berät Wintershall bei der internationalen Kommunikation und dem Issue Management bei kommunikativ herausfordernden Situationen von Russland über Norwegen bis in den Mittleren Osten. Aufmerksamkeit erzeugte beispielsweise eine Pressereise zu Achimgaz, einem Joint-Venture zur gemeinsamen Erdgasförderung von Wintershall und Gazprom in Sibirien, im Dezember 2014.

Einbinden aller Akteure bei Infrastrukturprojekten

Den Übertragungsnetzbetreiber Tennet unterstützt navos bei der Kommunikation verschiedener Infrastrukturprojekte – so beispielsweise beim Bau einer 800 Kilometer langen Gleichstromverbindung durch Deutschland. Begleitet wird das Projekt von Widerstand von Bürgern und lokalen Initiativen. „Dazu beitragen, dass solche Projekte erfolgreich umgesetzt und Kompromisse im Dialog gefunden werden können, das ist unsere Aufgabe“, erklärt Schlicht. Infomärkte als Form des Bürgerdialogs und tausende von Einzelgesprächen vor Ort kommen hier neben Pressearbeit zum Einsatz. „Die Prozesse in Deutschland erfordern Transparenz“, ergänzt Hilse. „Entsprechend muss auch die Kommunikation transparent sein.“ Von geheimnisumwitterter Hinterzimmer-Kommunikation als Erfolgsrezept hält man bei navos wenig. Zu glauben mit Intransparenz unter dem Radar fliegen zu können, sei Denken von gestern – in allen Kommunikationsbereichen.

Ernsthafte Themen

Weitere Kunden sind die Initiative Charta der Vielfalt und der Getränkekonzern Pernod Ricard, für den die Agentur aber nicht den Genuss von Alkohol in den Vordergrund stellt, sondern mit „Mein Kind will keinen Alkohol“ auf die Gefahren von Alkohol in der Schwangerschaft hinweist. „Shiny-happy-Kunden sucht man bei uns vergeblich“, so Hilse. „Wir beschäftigen uns eher mit ernsthaften Themen.“ Vorausschauende Krisenkommunikation zu betreiben, Probleme zu antizipieren und mit Transparenz und Glaubwürdigkeit zu entschärfen – darum gehe es. „Wir beraten unsere Kunden dahingehend, dass Kommunikation von Anfang an in die Projektplanung einbezogen wird“, betont Schlicht. Kampagnen von navos hätten nicht zuletzt aufgrund ihrer Vielschichtigkeit und Komplexität meist eine lange Laufzeit.

Wichtig ist es beiden Geschäftsführern, dass ihre Agentur natürlich auch die gesamte Klaviatur der Pressearbeit, des Campaignings und Veranstaltungsmanagements plus der Online-Kommunikation beherrscht. Mitarbeiter aus Grafik, Social Media und Event gehören zum im Großraumbüro arbeitenden Team. Aktuell entwickelt die Agentur ein Tool zum Stakeholder Engagement Monitoring, das neben bekannten quantitativen und qualitativen Evaluationsindikatoren auch persönliche Eindrücke von Beteiligten in Form von Einzelinterviews einbezieht.

© PR Journal

navos – Public Dialogue Consultants. Wirksame PR im Dialog für den Kunden.

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentliche Dialoge zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. navos steht für richtungsweisende, zeitgemäße und funktionierende Kommunikation. Mit unseren 50 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Hamburg.

Berlin

Kurfürstenstraße 87
D-10787 Berlin
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41
D-40221 Düsseldorf
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

Hamburg

Glashüttenstraße 79
D-20357 Hamburg
Fon +49 (0)40 / 696 387 64-0

info@navos.eu
www.navos.eu

 navos auf facebook