

BEDEUTUNG DES ISSUES MANagements

Für die Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen hat das Issues Management in zweierlei Hinsicht Bedeutung: Zum einen dient es der Krisenprävention bzw. der Früherkennung solcher Themen, aus denen sich für das Unternehmen eine kritische Situation entwickeln könnte, zum anderen befasst sich das Issues Management frühzeitig mit solchen Themen, die sinnvoll in eine Kommunikationsstrategie eingebunden und genutzt werden können, um das eigene Unternehmen und sein Angebot positiv darzustellen.

PRÄVENTION

Welche Situation in einem Unternehmen als Krise angesehen werden kann, ist ebenfalls von individuellen Voraussetzungen abhängig. Generell gilt, dass als kritisch all jene Ereignisse und Veränderungen angesehen werden können, die zum Beispiel geeignet sind:

- den Umsatz des Unternehmens kurzfristig zu schaden
- die Zusammenarbeit mit und das Verhältnis zu allen Arten von Stakeholdern negativ zu beeinflussen
- das Ansehen des Unternehmens kurz-, mittel-, oder sogar langfristig zu beschädigen
- Kundenvertrauen zu zerstören

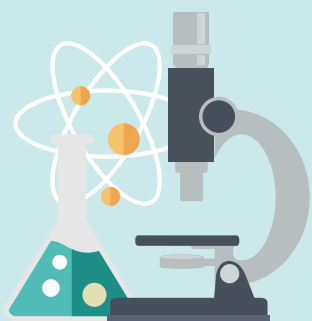
Wie leicht sich aus einem aktuellen Thema eine Krise für ein Unternehmen entwickeln kann und wie stark deren Auswirkungen ausfallen, ist wiederum von zahlreichen Faktoren abhängig, wie zum Beispiel der Größe eines Unternehmens und der Branche, in der es operiert.



Beispiel

Unternehmen, die zum Beispiel im Bereich der chemischen Industrie tätig sind oder angebotsabhängig mit umweltbelastenden oder potentiell umweltschädlichen Stoffen umgehen, stehen grundsätzlich stärker im Fokus einer diesbezüglich zunehmend kritischen Öffentlichkeit. Hier bedarf es meist nur vergleichsweise kleiner Auslöser, um das Thema Umwelt bzw. Umweltschutz wiederholt zum Issue für das Unternehmen zu machen.

Als weiteres Beispiel sind naturgemäß große Unternehmen, mit vielen Mitarbeitern und zumindest lokal oder regional exponierter Stellung, am Arbeitsmarkt schneller und stärker von arbeitsmarktpolitischen Themen betroffen, als die meisten kleinen und mittelständischen Unternehmen.



Grundsätzlich ist eine Krisensituation immer eine Herausforderung für die Unternehmenskommunikation. Dies gilt sowohl für die konkrete Auseinandersetzung mit der Krise, im Rahmen klassischer Krisenkommunikation, zur Schadensbegrenzung als auch bereits im Vorfeld, dem eigentlichen Ansinnen des Issues Management, indem