

„Vertrauensverlust in die Wirtschaft“

Ein Vortrag von Emilio Galli-Zugaro, Leiter der Unternehmenskommunikation der Allianz Group bereichert die Lehrveranstaltungen der Studierenden in Kufstein.

Kufsteiner Hochschulreihe

Im Rahmen der Kufsteiner Hochschulreihe fand am 24. Januar ein hochkarätiger Vortrag statt. Zu dem Thema „Vertrauensverlust in die Wirtschaft: Eine Herausforderung für die Kommunikation“ konnten die Studenten des Studienganges Internationale Wirtschaft & Management viele Insider-Informationen von einem beachtenswerten Konzern in Erfahrung bringen.

Emilio Galli-Zugaro leitet seit 1992 die Unternehmenskommunikation der Allianz Gruppe. Er präsentierte Fakten aus dem Wirtschaftsleben, die eine außerordentliche Gelegenheit darstellten, hinter die Kulissen eines multikulturellen und weltumspannenden Unternehmens zu blicken.

In amüsanter und professioneller Manier, gespickt mit vielen anschaulichen Beispielen, verstand es Herr Galli-Zugaro vielfältige Einblicke in die Welt eines börsennotierten Konzerns zu geben.

Der Vortrag

Um den Vertrauensverlust in die Wirtschaft zu erklären, muss ein Rückblick auf die Neunziger Jahre stattfinden. In den 90ern herrschte eine vertrauensseelige, tugendhafte und für alle Seiten profitable Interaktion zwischen den Wirtschaftspartnern. In dieser Zeit hielten zB fünf Großaktionäre 60 % der Allianz-Aktien. Die Allianz ihrerseits hielt große Beteiligungen bei ihren Aktionären (sogenannte Deutschland AG). Die großen Ratingagenturen entdeckten gerade Europa und Asien und boten den Firmen an, sich raten zu lassen. Da sich Firmen von einem positiven Ratingergebnis einen Imagegewinn versprachen, ließen sie sich von den externen Agenturen bewerten, welche horrenden Honorare dafür in

Rechnung stellten. Es entstand eine Win-Win-Situation zwischen Ratingagenturen und den zu bewertenden Firmen. Ähnlich harmonievoll und ebenfalls auf Win-Win-Situationen aufbauend, gestaltete sich auch die Beziehung von Unternehmen zu Analysten, Wirtschaftsprüfern, Aufsichtsbehörden oder Medien.

Ausgelöst von spektakulären Pleiten wie zB Enron, Worldcom, Parmalat, SwissAir etc., änderte sich ab dem Jahr 2001 jedoch die Wahrnehmung der Gesellschaft. Die oben genannten Akteure mussten sich unangenehme Fragen stellen lassen. Wirtschaftsprüfer mussten sich der Glaubwürdigkeitsfrage stellen (Wo waren sie in Fällen wie Enron, Worldcom, Holzmann, Parmalat?). Bei Analysten wurde deren Neutralität angezweifelt (zB Merrill Lynch), da sie offensichtlich Empfehlungen wider besseren Wissens gegeben hatten. Den Aufsichtsbehörden wurde Untätigkeit vorgeworfen und auch Ratingagenturen mussten sich der Glaubwürdigkeitsfrage stellen. Wie waren die Unternehmen bemessen worden, bevor sie Bankrott gingen? Aber auch den Medien wurden unangenehme Fragen gestellt. Hat wirklich niemand den Fall Enron vorausgesehen?

All diese Faktoren führten zu einem Vertrauensverlust in die Wirtschaft und einem Misstrauen gegenüber den Hauptakteuren in der Wirtschaft. In dieser Zeit, in der Versicherungsgesellschaften zusätzlich noch mit den Terroranschlägen des 11.Septembers belastet wurden, wurde Michael Diekmann neuer Vorstandsvorsitzender der Allianz Group.

Allianz Maßnahmen zur Behebung der Vertrauenskrise

Ein Führungswechsel in höchster Konzernetage ist immer schwierig, bietet aber auch die Chance neue Wege zu beschreiten - so auch bei der Allianz Group. Eine Analyse der Entwicklung, die zur Situation des Vertrauensverlustes führte, erforderte dringliche Maßnahmen, um wirtschaftlichen Schaden von der Allianz abzuwenden. Ein intensiver Kampf um das Zurückgewinnen des verlorenen Vertrauens begann.

Die Allianz-Führung setzte auf direkten, persönlichen Kontakt. In den folgenden 6 Monaten besuchte Herr Diekmann 65% des "Kapitals" (darunter waren durch geänderte Besitzverhältnisse nicht mehr nur Großaktionäre) und ca. 13 000 Mitarbeiter. Als erster Repräsentant des Unternehmens wurde der Vorstandsvorsitzende zur Leitfigur für eine bewusst initiierte Verhaltensänderung im Unternehmen: klare und offene Worte, die Fähigkeit eigene Fehler einzugestehen, Bescheidenheit, aktives Zuhören und viel Einfühlungsvermögen waren die notwendigen Mittel, die es zu leben galt.

Laut Herrn Galli-Zugaro sind folgende simple, wenngleich aber schwierig einzuhaltende Punkte zu beachten, um ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Unternehmen, Kunden und Stakeholdern langfristig aufzubauen, zu erhalten und zurück zu gewinnen:

- Vergegenwärtigung von Stakeholder-Belangen
- Klare persönliche Stellungnahme
- Aufbau und Pflege langfristiger Beziehungen
- Vorbild sein
- Akzeptanz und Eingestehen von Fehlern (“Riskante Vorleistung“)
- Wertschätzung und Respekt vor Partnern, Mitbewerbern, Stakeholdern
- Kontrolle / Feedback nehmen und geben
- Glaubwürdigkeit („sei, was du tust“)
- Andere behandeln wie man selbst behandelt werden möchte

Zusammenfassend gab Herr Galli-Zugaro den Zuhörern einen interessanten Einblick in die Herausforderungen der Unternehmenskommunikation vor dem Hintergrund des Vertrauensverlustes in die Wirtschaft. Er verstand es dabei, den Vortrag mit praktischen Anekdoten belebend und zugleich informativ zu gestalten.

Zum Referenten

Emilio Galli-Zugaro leitet seit 1992 die Unternehmenskommunikation der Allianz Gruppe. Während seines Studiums der Politikwissenschaften in Würzburg und Rom war er 1980 bis 1985 im Öffentlichkeitsbereich in der Politik Roms tätig. Später arbeitete er international als Journalist für namhafte Wirtschaftsmedien, wie z.B. Fortune, Wirtschaftswoche sowie l'Indipendente. Zudem ist Herr Galli-Zugaro seit 1996 als Lehrbeauftragter in den Bereichen Unternehmens- und Krisenkommunikation an der Ludwig-Maximilian-Universität München tätig.