

# Deklaration für einen Kurswechsel in der Meinungslandschaft

| Dek 21

Deklaration für einen Kurswechsel  
in der Meinungslandschaft  
**Dek21**

21 Thesen für eine schärfere Kommunikation

Pragmatische Ansichten prägen unsere Zeit. Alles geht, nichts muss. Die großen Gesellschaftskonflikte, die Polaritäten sind vorbei. Wir sehen enttäuschte Erwartungen bei den Menschen, sprachlose Akteure in den Unternehmen, unerfüllte Hoffnungen in die Politik. Früher waren die Positionen radikal und die Kommunikation musste moderieren. Heute sind die Positionen moderat, also muss die Kommunikation pointieren.

Es muss ein Kurswechsel her. Kein anderer als wir, die Kommunikatoren, können ihn herbeiführen. Es ist unsere Verantwortung in einer Zeit von Irrfahrten, Irrläufern und Irrlichtern, Klarheit zu schaffen. Es ist unsere Verantwortung dafür zu sorgen, dass sich Meinungen konstruktiv bewegen. Uns geht es um die Haltung derer, die Akteure sind, die Quellen sind, die Meinungen haben, die Land und Unternehmen führen. Höchste Zeit, ein neues Kapitel in der Kommunikation aufzuschlagen! Ein Kapitel, in dem es nicht mehr so sehr um Ausgleich, sondern um eindeutige Haltungen und klare Positionen geht.

Diskutieren Sie mit!

[www.dek21.com](http://www.dek21.com)

# 1

Von den  
**M A S S E N M E D I E N**  
zu den  
**M E D I E N M A S S E N**

\_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_

Wahrnehmung und Relevanz  
leiden unter der Unübersichtlichkeit  
von Auftritten und Bühnen.

**2**

**ES FEHLT AN ORIEN-  
TIERUNG UND  
ÜBERBLICK,  
WEIL ALLE NUR  
REDEN, SCHREI-  
BEN UND IMMER  
WENIGER MEINUNG,  
UNTERSCHIED  
UND WIDER-  
SPRUCH WAGEN.**

3

WAHRNEHMBAR  
PRAGEN KANN NUR,  
SIND VIELE.  
WER SICH EINDEUTIG  
POSITIONIERT  
UND PROFILIERT.

# 40erwell

Tag  
falsch

Das Internet hat die  
Kommunikationswelt  
positiv verändert.  
Die Gesellschaft  
profitiert davon,  
dass Menschen  
bereit sind, etwas  
von sich preiszugeben.

# **DAS INTERNET MACHT NICHT DUMM.**

5

**AM ENDE BESITZEN  
DIE MENSCHEN  
EINE ERHÖHTE  
BEURTEILUNGS-  
KOMPETENZ UND  
UNTERSCHIEDEN  
SELBST MEDIALE  
WAHRHEIT UND  
UNWAHRHEIT.**


6. GEFORDERT SIND

---

**MEHR MUT,  
MARKANTE MEINUNG  
UND  
KLARHEIT**

VON ALLEN AKTEUREN  
AUS WIRTSCHAFT UND POLITIK.

**7. Unternehmen sind vielstimmig.  
Und das ist auch gut so.**



One-Voice-Policies führen zu  
Einsilbigkeit, Langeweile  
und einer molochartigen  
Außenwahrnehmung.  
Bis zur „No Voice“  
ist es nur ein  
kleiner Schritt.

9. IM GEGENTEIL: VIELSTIMMIGKEIT HEISST  
AUCH, DASS EVANGELIEN Sogar AUS  
EIGENER MOTIVATION SICH  
UNTERNEHMENS GRENZEN AUSSERHALB VON

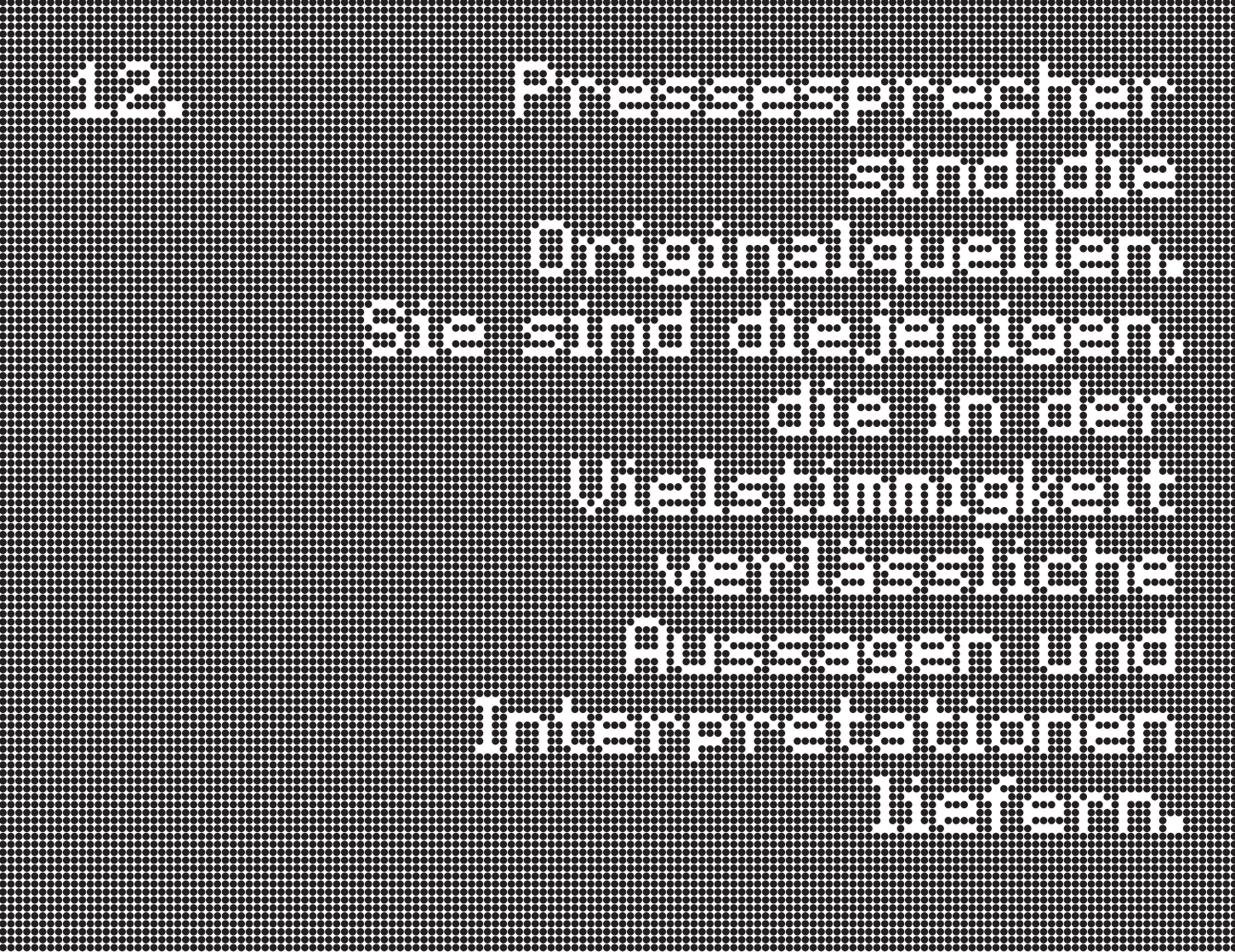
9. IM GEGENTEIL: VIELSTIMMIGKEIT HEISST  
AUCH, DASS EVANGELIEN Sogar AUS  
EIGENER MOTIVATION SICH  
UNTERNEHMENS GRENZEN AUSSERHALB VON

10

UM VON DER  
KAKOPHONIE  
ZUR HARMONIE  
ZU KOMMEN,  
MÜSSEN  
UNTERNEHMEN UND  
INSTITUTIONEN  
KOMMUNIKATIONS-  
PROKURA  
VERLEIHEN.

11

Kommunikationsprokura  
funktioniert nur,  
wenn sie AUSSERHALB  
klassischer Regelwerke  
aktiv inspiriert wird.



**13 Führungs  
kräfte sind jetzt  
gefordert, wieder  
in die OFFENSIVE  
zu gehen und POS  
ITION zu beziehen,  
statt sich von öffe  
ntlichen Debatten  
treiben zu lassen.**

# EINE POSITION

ZU BEZIEHEN  
HEISST FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

**MEHR  
VERANTWORTUNG**

ZU ÜBERNEHMEN  
UND KOMMUNIKATIV  
ÜBER

**DIE EIGENE ROLLE  
HINAUS ZU WIRKEN.**

**15. DAZU MÜSSEN  
UNTERNEHMERISCHE  
LEITFIGUREN NEUE,  
ÖFFENTLICHE ALLIANZEN  
MIT ANDEREN  
UNTERNEHMENS-  
LENKERN SCHMIEDEN.**

**16. Führungskräfte  
sind Konflikte gewohnt.  
Nur sollten sie lernen,  
diese auch kommunikativ  
zu gewinnen.**

**W E G D U C K E N**

ist keine

**T U G E N D**

mehr

**F R E U D E**

an

Kommunikation

ist

**B E S S E R**

als

die

**A N G S T**

etwas

**F A L S C H E S**

zu sagen

18  
**P**

**PRÄSENZ**

**IST WICHTIGER**

**ALS PERFEKTION**

**- SOLANGE**

**DIE HALTUNG**

**STIMMT.**

**10.**

**PR MUSS POSITIONEN  
ENTWICKELN -  
MIT KONTROVERSEN,  
DEBATTEN  
UND MEINUNGEN.\***

PR MUSS AUFHÖREN  
ZU VERWÄSSEERN  
UND GLATT ZU BÜGELN. —

EINUNDZWANZIG

PR muss schärfen statt glätten!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andreas Vill'. The letters are fluid and connected, with a prominent 'A' and 'V'.

Andreas Vill

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bernhard Fischer-Appelt'. The signature is more complex and dense than the one above, with many overlapping strokes.

Bernhard Fischer-Appelt

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Harald Ehren'. The signature is relatively simple and clear, with distinct letters.

Harald Ehren

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Johannes Schnitter'. The signature is quite stylized and cursive, with a large 'J' and 'S'.

Johannes Schnitter

fischerAppelt, relations

Hamburg im März 2010

