



Prof. Dr. Bernhard Pörksen

Medienwissenschaftler und Buchautor
bernhard.poerksen@uni-tuebingen.de

Das Transparenz-Dilemma.

Der gute Ruf im digitalen Zeitalter – was Unternehmen wissen müssen.





Die Dilemma-Diagnose: zentrale Herausforderungen

Das Personalisierungs-Dilemma:

Personalisierung muss sein, kann jedoch schaden.

Das Ethik-Dilemma:

Moralisierung erzeugt kurzfristig Imagegewinne –
und langfristig Reputationsrisiken.


Das Transparenz-Dilemma:

Transparenz wird gefordert, macht jedoch angreifbar.






Die Fehler-Diagnose: zentrale Leitsätze

- 1 »Ich, der Kunde, erwarte, dass man mit mir spricht und mir antwortet ... sonst werde ich wütend!«
 - 2 »Ich, der Kunde, rege mich über Ausbeutung und miese Arbeitsbedingungen auf ... und vielleicht verschafft mir mein Protest sogar auf einfache Weise – unabhängig von meinem Kaufverhalten – ein gutes Gewissen!«
 - 3 »Ich, der Kunde, verabscheue Tierquälerei... und bin bereit, mächtig Druck zu machen!«
 - 4 »Ich, der Kunde, will, dass Unternehmen Werte-Konsistenz zeigen, ihren eigenen Ansprüchen genügen – und daher rege ich mich über Ethik-Schwindel auf!«
- 



Die Fehler-Diagnose: zentrale Leitsätze

- ⑤ »Ich, der Kunde, verachte Diskriminierung und die Diffamierung von Minderheiten – und will, dass Unternehmen schnell handeln, wenn sie auftritt!«
 - ⑥ »Ich, der Kunde, will, wenn Ihr mich zur Mitbestimmung auffordert, auch wirklich mitbestimmen, egal, ob Euch das Ergebnis gefällt!«
 - ⑦ »Ich, der Kunde, verachte das Spiel mit NS-Tabus und will keine Witze über Unmenschlichkeit hören!«
 - ⑧ »Ich, der Kunde, will, dass ein Unternehmen mit Fehlern vorbildlich umgeht, sonst attackiere ich auch den Fehler im Umgang mit Fehlern!«
- 



Die Lösungs-Diagnose: zentrale Prinzipien

Das Prinzip der Relevanz-Klärung:

Wie mächtig ist ein drohender Protest, wie berechtigt ist ein drohender Protest, wie emotional wirksam ist das Protestthema?

Das Prinzip des Bühnenbewusstseins:

Wie handelt man, wenn alles öffentlich werden könnte?

Das Prinzip der dialogischen Kommunikation:

Wie redet man im persönlichen Gespräch?



Aktuelle Literatur

Friedemann Schulz von Thun | Bernhard Pörksen
Kommunikation als Lebenskunst
Philosophie und Praxis des Miteinander-Redens
Carl Auer-Verlag, Heidelberg (2014)

Heinz von Foerster | Bernhard Pörksen
Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners
Gespräche für Skeptiker
Carl Auer-Verlag, Heidelberg (2013)

Bernhard Pörksen | Hanne Detel
Der entfesselte Skandal
Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter
Herbert von Halem Verlag, Köln (2012)

Bernhard Pörksen | Wolfgang Krischke (Hg.)
Die Casting-Gesellschaft
Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien
Herbert von Halem Verlag, Köln (2013)

Aktuelle Vorträge

Die integrale Führungskraft
Die sieben Prinzipien effektiver Kommunikation

Die Zukunft der Reputation

Der Wert der Werte
Warum sich Integrität für Unternehmen lohnt

Orientierung in Zeiten der Informationsüberflutung