

Kommunikation und Vermittlung

Veranstaltung im D4 Root zeigt Wertschöpfung für KMU aus Mediation

Mediation ist eine Möglichkeit zur Konfliktlösung. Ein neutraler Dritter erarbeitet als Vermittler, als Mediator, gemeinsam mit den Konfliktparteien eine Lösung. Wie wichtig sind Mediation und Kommunikation für KMU – diesen Fragen ging eine Veranstaltung im D4 in Root nach.

mo. Am Partneranlass der Hugo Schmidt AG, Luzern, von letzter Woche im D4 Business Center in Root referierten Wirtschaftsmediator Kurt Wyssmüller und PR-Berater Hugo Schmidt zum Thema «Wertschöpfung für KMU aus der Mediation». Wyssmüller erläuterte, dass Mediation ein aussergerichtliches Verfahren zur Lösung von Konflikten sei. Gegenüber einer ge-

richtlichen Auseinandersetzung bietet es eine Reihe von Vorteilen. Es ist preiswerter und kann schneller abgewickelt werden. Die Lösungen kommen von den Parteien selber und werden besser umgesetzt, als von aussen aufgezwungene. Die Parteien haben danach ein weniger belastetes Verhältnis zueinander als nach einer Auseinandersetzung vor Gericht. Die Mediation versucht grundsätzlich, konfrontatives Verhalten zu vermeiden. «Wenn beide Verhandlungspartner, die mit Maximalforderungen einsteigen, nur noch um Konzessionen der Gegenseite ringen, mutet dies an wie auf einem Basar». Diese Strategie sei häufig wenig Ziel führend, meinte Wyssmüller, zumal die Streitenden befürchten «das Gesicht zu verlieren».

Als Alternative kann in solchen Fällen das «Harvard-Konzept» angewendet werden. Es wird auch als kooperatives Verhandeln

bezeichnet. Der Kerngedanke besteht darin, dass es den Parteien in ihren Verhandlungen nicht primär um die Erfüllung ihrer Forderung bzw. Position geht, sondern dass hinter den Positionen eigentliche Bedürfnisse bzw. Interessen stehen. Die Herausforderung für den Mediator ist es, zu diesen Interessen vorzudringen. In den meisten Fällen wird bei der Mediation das Fünf-Phasen-Verfahren angewendet, das in Stichworten folgendermassen benannt werden kann: Vorgehen und Regeln klären, Sachverhalt darlegen, Einigung über Streitpunkte, Lösungen suchen und schliesslich verbindlichen Vergleich festlegen.

PR-Berater Hugo Schmidt meinte, dass in Unternehmenskommunikation integrierte Mediation über Erfolg oder Misserfolg in schwierigen Situationen entscheide. Ein Kommunikator sei immer ein Mediator, ein Vermittler. Einerseits von Inhalten, aber

auch zwischen Menschen und Organisationen. Er wird zum Vermittler zwischen der Unternehmung und Innen- und Aussenwelt. Das ist beispielsweise beim Issue Management (Früherkennung und aktive «Bewirtschaftung» strategisch relevanter Themen) der Fall. Auch Lobbying in Form von Aufbau politischer Netzwerke und Dialog mit Entscheidungsträgern ist primär Kommunikation. Immer mehr Boden in der Praxis gewinnen die Community Relations als Beziehungspflege zur Standortbevölkerung und das nachbarschaftliche Umfeld einer Unternehmung oder Organisation. Letztlich ist Mediation auch Kommunikation im Bereich Public Affairs: Die Gestaltung der betrieblichen Beziehung eines Unternehmens zur sozialen und politischen Umwelt, um damit gesellschaftspolitische Informationen nach aussen und innen zu verbreiten.