

## ATELIERHAUS ... wir denken weiter !

Lieber Axel,

wie kommt man zu den Überlegungen und Gedanken, mit denen ich mich in unserem NotizBlog auseinandersetze?

Durch eine einfache Frage. Zu einem Thema, das uns alle beschäftigt. Und auf das wir auch als „Kommunikatoren“ keine kurze und schlüssige Antwort geben können. Also denken wir weiter...

Diesmal in Form eines offenen Briefes an Dich, den Kollegen und Mitstreiter Axel von Hagen, der als ehemaliger Vorsitzender des FAMAB-Vorstandes den Veränderungsprozess der Branche im Bereich der Direkten Wirtschaftskommunikation entscheidend mitgeprägt hat.



Axel von Hagen (l.) in Action 2015

Der Auslöser war eine ganz einfache Frage von Dir auf dem AUMA-Meeting in Berlin (dem „Klassentreffen der Branche“, wie Jörn Huber postete). Sie löste bei mir einen Denkprozess aus. „Was hältst Du von der aktuellen politischen Situation?“, war Deine Frage.

Die Antwort fiel etwas länger aus.

Zusammengefasst: Es fehlt die Kommunikation der europäischen Idee!

Gibt es sie überhaupt (noch) und ist sie nur in Vergessenheit geraten?

Liegt es an der Politik oder der fehlenden Kommunikation?

Nun - es fehlen die Charismatiker der Gründerzeit. Politiker, die diese übergreifende, große Idee mit Leben füllen und mit persönlichem Engagement plakativ und für alle verständlich vermitteln.

Es wird nicht (mehr) über die großen Ziele gesprochen. Der Nutzen wird nicht kommuniziert. Im Vordergrund stehen kleinteilige Einzelaspekte und Partikularinteressen.

Mit dem Ergebnis, dass die nationalen Egoisten und politische Machtgelüste Einzelner die Entwicklung bestimmen.

Als Kommunikatoren haben wir natürlich eine Lösung:  
Europa muss als Marke etabliert werden.  
Das Markenversprechen ist die gemeinsame Plattform. Nutzen und Ziele müssen kommuniziert werden. Alle haben sich bei ihrem Beitritt darauf geeinigt.

Es geht also um die Kommunikation. Um das Markenversprechen, das immer wieder eingefordert werden muss, das Begeisterung weckt und plakativ kommuniziert werden kann. Für alle akzeptabel formuliert, für alle verständlich kommuniziert.

Also eine Kernbotschaft, auf die sich alle einigen können (wie auf die Europaflagge), die in allen Sprachen und auf allen Kommunikationskanälen kommuniziert werden kann. Ja – die Mitglieder der Europäischen Union sollten sich verpflichten, diese übergreifende Idee in ihren Heimatländern zu vermitteln. Zur Legitimation eigenen Handelns und zur Information folgender Generationen.

Das Ziel: Bewusstsein schaffen, die Geschichte Europas erzählen (Storytelling), Gemeinschaftsgefühl wecken und die positiven Aspekte in den Mittelpunkt rücken. Das gilt für Polen und Ungarn genauso wie für Griechenland und alle anderen Mitgliedsländer.

Fazit: Es ist so simpel, dass ich mich frage, warum das noch nicht passiert ist.



Für das neue Integrationsgesetz gibt es schon einen nationalen Lösungsansatz. Zumindest in einer Anzeige des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales.

Aber wäre das nicht auch ein Ansatz für Europa?  
Gibt es ein stärkeres Argument als die gemeinsame kulturelle und wirtschaftliche Stärke eines vereinten Europas?  
Ich denke, es wird Zeit diese Fragen zu beantworten.

Herzliche Grüße  
Vok.  
30.05.2016