

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/25569/1425943/deutschland-und-die-krise-eine-momentaufnahme> abgerufen werden.

PR Club Hamburg e.V.

Deutschland und die Krise - Eine Momentaufnahme

19.06.2009 - 14:15 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Wie gehen die Deutschen mit der Finanz- und Wirtschaftskrise um? Mit dieser Frage beschäftigt sich die erste psychologische Langzeitstudie von A&B FRAMEWORK zum Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland seit Ausbruch der Krise. Auf der gestrigen PR Club Hamburg-Veranstaltung präsentierte Thomas Strätling (A&B FRAMEWORK) Ergebnisse der Studie zum bisherigen Krisenverlauf, um im Anschluss zusammen mit Rupert Ahrens (A&B ONE Kommunikationsagentur) und dem Wirtschaftsjournalisten Paul C. Martin über die Herausforderungen für die Kommunikation in diesen beispiellosen Zeiten zu diskutieren. Moderiert wurde die Veranstaltung von der Vorstandsvorsitzenden des PR Club Hamburg, Dagmar Winklhofer-Bülow.

Die Studie "Trugbild Wirtschaft" von A&B FRAMEWORK belegt: Seit dem Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise zweifeln die Menschen immer stärker an den Grundlagen des Wirtschaftssystems. "Kern der Krise ist nicht die oft zitierte Gier der Banker, sondern der völlige und anhaltende Kontrollverlust aller Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik", so Thomas Strätling. Das Bild von der Wirtschaft als natürliche Ordnung sei zu einem Trugbild verkommen. Wie können Unternehmen auf den substantiellen Vertrauensverlust der Menschen reagieren und welche Anforderungen ergeben sich daraus für die PR?

Der Wirtschaftsjournalist und Volkswirt Paul C. Martin meint, erst wenn Wirtschaft, Politik und Medien ihre Kompetenz wiedererlangen und Orientierung schaffen, indem sie den Kern der Wirtschaftskrise offen legen, darf das Wirtschaftssystem wieder Vertrauen erwarten. Ohne diese Voraussetzung könne PR nicht greifen. Rupert Ahrens und Thomas Strätling hingegen sehen Handlungsmöglichkeiten für die PR auf der Basis, dass Unternehmen ihren Referenzrahmen erweitern und sich als gesellschaftliche Akteure verstehen. Aufgabe der Unternehmenskommunikation sei es, dem Bedürfnis der Menschen nachzukommen, den Zusammenhang zwischen Unternehmen und Produkt zu erkennen. Dabei gilt es, das Unternehmen sinnstiftend öffentlich sichtbar zu machen und eine emotionale Bindung aufgrund von Erfahrung und kontinuierlicher Leistung aufzubauen.

Weitere Informationen über die Studie "Trugbild Wirtschaft" von A&B FRAMEWORK erhalten Sie unter www.a-b-framework.de.

Über den PR Club Hamburg

Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR und verwandte Professionen in Norddeutschland. Im April 2000 von Dagmar Winklhofer-Bülow gegründet und bis heute geleitet, bietet er in acht Veranstaltungsreihen praxisnahe Fortbildung und Networking für PR-Profis, Unternehmer und alle Interessierten. Unter seinem Claim "Hamburg macht PR" setzt er sich außerdem für eine Stärkung des traditionsreichen PR-Standorts Hamburg und für postgraduale PR-Ausbildungsgänge mit anerkannten Zertifizierungen ein. Heute hat der PR Club Hamburg 35 Firmenmitglieder, 25 Sponsoren und Kooperationspartner, sowie 110 Individualmitglieder.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Simone Hopf
PR Club Hamburg e.V.
c/o Hamburg@work e.V.

Habichtstraße 41
22305 Hamburg

Tel.: 040 / 36 09 76 30

Fax: 040 / 36 09 27 50

E-Mail: sh@pr-club-hamburg.de

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

PR Club Hamburg e.V.

<http://www.presseportal.de/pm/25569/pr-club-hamburg-e-v>

http://presseportal.de/rss/pm_25569.rss2