

Gastkolumne: Werbung in der Corona-Krise

Kommunikation: Besonnenheit und Mut

Covid-19 hat innert kürzester Zeit alles kräftig durchgeschüttelt. Nicht nur die Wirtschaftswelt, sondern auch unser ganzes Leben. Was wir zurzeit nicht brauchen, ist Eigennutz und Panik. Gefragt sind Besonnenheit, Solidarität und eine Portion Mut.

Contenance und Courage

Die meisten Unternehmen haben die wichtigste Kommunikationsmassnahme gezwungenermassen bereits eingeleitet: die interne Kommunikation. Aus dem Nichts mussten Lösungen erarbeitet werden, ob und wie die Mitarbeitenden weiter arbeiten können und wie untereinander kommuniziert werden kann. Bei der externen Kommunikation ist vor allem eines gefragt: Geduld. «Seien Sie beharrlich, wenn Sie langfristige Kommunikationsstrategien haben», appelliert Markenprofi Leone Ming. «Auch wenn die Corona-Krise Ihr Unternehmen massiv unter Druck setzt, werfen Sie Ihr Kommunikationskonzept nicht durch «Kurzschluss-handlungen» über Bord», bestärkt Leone Ming. «Es besteht kein Grund für Aktionismus. Es braucht vielmehr den Mut, die grundsätzliche Strategie hinsichtlich einer Überarbeitung oder zumindest einer situativen Anpassung zu prüfen. Besonnen und mit Weitsicht.



Leone Ming ist Inhaber der gleichnamigen Markenagentur mit Sitz in Schaan.

Es geht nicht darum, eine neue Kommunikationsstrategie aus der Taufe zu heben. Natürlich gibt es viele Betriebe, die gerade jetzt ad hoc reagieren müssen. Ein entsprechendes Krisenkommunikationsmodell hilft dabei, um sicherzugehen, dass das eigene Unternehmen im richtigen Licht steht. «Dies sollte jedes Unternehmen einsetzen, das von Corona betroffen ist – also alle. Wir verfügen im Land über genügend Kommunikations-Know-how und Fachkräfte, die die nötigen professionellen Hilfeleistungen anbieten können», versichert Ming.

Corona zwingt zum Umdenken

Kommunikation sollte immer für Menschen sein und nicht für Konsumenten. Das ist nun die Chance für «richtige» Kommunikation. Das C19-Virus wird in den Medien noch lange omnipräsent sein. Gerade deshalb ist es wichtig, keine unpassende Werbung zu schalten. Die Unternehmen sollten ihre Werbebotschaften überprüfen. Was vor der Krise absolut okay war, kann in der Krise als unangebracht oder unsensibel empfunden werden. «Natürlich muss nicht alles angepasst oder abgeändert werden, aber es macht Sinn, wenn Sie Ihre Kommunikation in der aktuellen Situation auf den Prüfstand stellen», empfiehlt Leone Ming.

Jetzt ist es an den Marken, Haltung zu zeigen. In dieser Situation ist zudem Solidarität gefragt. Im Netz gibt es fantastische Beispiele, wie Unternehmen, aber auch Kleinstbetriebe ihren Beitrag leisten, die Krise zu mildern. «Helfen, machen, entlasten, motivieren – und richtig kommunizieren. Nicht zu kommunizieren, ist die schlechteste aller Varianten. Daran werden sich Kunden nach der Krise erinnern.» Davon ist der Schaaner Marketer überzeugt.

Hinterlassen Sie Spuren – aber die richtigen

Was wir jetzt brauchen, ist Vertrauen und keine Fake News. Viele News,



«Es geht nicht darum, eine neue Kommunikationsstrategie aus der Taufe zu heben», sagt Leone Ming.

Bilder: pd

viele Informationen, viele Verunsicherungen. Die Menschen brauchen in dieser Extremsituation vor allem Orientierung. Kommunikation prägt diese Gesellschaft, in der wir leben. In Zeiten des Info-Überschusses mehr denn je. Starke Marken sind auch in einer Ausnahmesituation in der Lage, wichtige Botschaften zu vermitteln. Eine starke Marke bietet Identifikation, Beständigkeit, Gewissheit und Sicherheit. Leider ist es oft so, dass in Krisen wie dieser nicht nur das Virus eine Gefahr bedeutet, sondern auch der kommunikative Umgang damit.

Coronakrise: Das Fazit

Die Pandemie dürfte 2020 für die meisten zum «Annus Horribilis» werden. Deswegen geschlossen in Deckung zu gehen, wäre falsch. Für

viele Marken wird Kommunikation und Werbung jetzt wichtiger denn je. Denn das Coronavirus kann die Rahmenbedingungen für Markenbotschaften, Slogans oder Produkt-USPs einschneidend verändern. «Dies ist unsere Herausforderung, denn eine unserer Aufgaben ist es, weit voraus zu denken, um kreative Ideen für die Zukunft zu erarbeiten. Die Pandemie wird unser Leben massiv verändern und dadurch wird es schwierig zu erahnen, wie die Menschen in ein

paar Monaten fühlen und denken», umschreibt Leone Ming dieses Moment.

Gastkolumne

Wirtschaft regional publiziert an dieser Stelle Gastbeiträge von Mitgliedern der Sektion Medien & Kommunikation der Wirtschaftskammer Liechtenstein zum aktuellen Kommunikationsthemen rund um die Corona-Krise.

MEDIEN & KOMMUNIKATION LIECHTENSTEIN

KOMMUNIKATION IN DER CORONA-KRISE



Haben Sie Ihre Steuererklärung 2019 schon eingereicht?

Wir unterstützen Sie gerne und sind jederzeit für Sie da.

Red Leaf Tax Advisory AG
Drescheweg 1
9490 Vaduz, Liechtenstein

Phone: +423 377 12 30
Email: info@redleafgroup.com
Website: www.redleafgroup.com

KUNDMACHUNGEN.LI

Top 5 Neugründungen Liechtenstein

Nipigas GmbH Austrasse 14, Triesen
Erwerb von Waren, Produkten und sonstiger für die Planung, die Errichtung und den Betrieb petrochemischer Werke oder sämtlicher damit vor- oder nachgelagerter Produktions-, Planungs- oder Vorbereitungsmaßnahmen notwendiger Sachen, den Export dieser Sachen aus dem europäischen Wirtschaftsraum in die Russische Föderation und die Weiterverwertung dieser Sachen an Projektgesellschaften.

MKI GmbH Altenbach 17, Vaduz
Handel und die Vermittlung von Uhren und Fahrzeugen; Sponsoren- und Marketingdienstleistungen im In- und Ausland, v. a. im Sportbereich.

Massagepraxis Tamara Kaufmann Landstrasse 85, Vaduz
Ausführung von Gesundheitsmassagen.

Haarexpress Gehrige Gärten 20, Balzers
Führung eines Damen- und Herrencoiffeursalons.

Vicky Establishment Wuhrstrasse 6, Vaduz
Anlage des Vermögens der Anstalt.

Top 5 Neugründungen St. Gallen

KT Disinfect GmbH Wiesentalstrasse 15, Alstätten
Handel mit Waren aller Art, vor allem mit kosmetischen Produkten.

E. N. I. Allround GmbH Churerstrasse 175, Buchs
Bauconsulting, Innen- und Aussenrenovationen.

EPM Global by Doron Wettli 53, Buchs
Interkultureller Coach und Berater, Ansiedlung internationaler Fachkräfte im Alpenrheintal (Relocation Manager).

Cannabor AG Platz 9, Mels
Produktion und Herstellung sowie Handel, Import, Export und Verkauf von legalen Hanfprodukten sowie Erbringung damit zusammenhängender Dienstleistungen.

Rheintal Gerüstbau AG Johs. Brasselstrasse 17, St. Margrethen
Erstellen von Baugerüsten aller Art und alle damit zusammenhängenden Dienstleistungen.

Gründungssupporter:



www.presenta.li

FIRMENSUCHE.LI