

Editorial

Kommunikation als wichtiger Stützpfiler



Danielle Gagnaux,
Direktorin der
Eidgenössischen
Forschungsanstalt für
Nutztiere (RAP), CH-
1725 Posieux

Kommunikation ist wichtig für jeden von uns - in der Partnerschaft, der Familie, der Gruppe oder im Unternehmen. Dabei handelt es sich nicht nur um eine Modeströmung oder etwas, das teuer erkaufte werden muss. «Keine Strategie ist erfolgreich ohne echte Kommunikation» äusserte kürzlich ein Journalist. Er kritisierte damit die Haltung einer kantonalen Behörde, die sich mit einem Skandal auseinander zu setzen hatte.

Nicht nur für Notfälle

So gibt es öffentliche wie private Unternehmen, die sozusagen «ausbluten», weil sie ihre Kommunikation vernachlässigt oder zuwenig ernst genommen haben. Dagegen gibt es solche, die stolz sein können, weil sie es verstanden haben, überzeugend zu kommunizieren. Einer der Fehler liegt darin, das Instrument Kommunikation nur in Notfällen einzusetzen. Kommunikation aber muss wie ein guter Boden stets bearbeitet werden. Dazu braucht es Zeit für die Vorbereitung, die Pflege und die Entwicklung. Zum Beispiel können durch regelmässige positive Informationen ne-

gative Nachrichten relativiert werden.

Auch in der Forschung ist die Kommunikation wichtig. Unsere Forscherinnen und Forscher sind in ihrer Tätigkeit auf neue Publikationen angewiesen und setzen wiederum einen beachtlichen Teil ihrer Zeit ein, um eigene Resultate zu veröffentlichen.

Von wem werden wir denn gelesen? Es sind dies die an der landwirtschaftlichen Forschung interessierten Fachleute, Forschende, Landwirtinnen und Landwirte sowie die breite Öffentlichkeit. Woher beziehen sie ihre Informationen? Aus der Fachpresse, den Printmedien für die breite Öffentlichkeit, aus zahlreichen Radio- und Fernsehsendungen sowie dem Internet. Deshalb müssen wir unsere Informationen an das Zielpublikum, die Art und die vorhandenen Mittel der Kommunikation anpassen.

Damit den verschiedenen Bedürfnissen entsprochen werden kann, haben die Forschungsanstalten ihre Bemühungen um eine Kommunikation verstärkt und unterschiedlich gestaltet. Ihre Informationskanäle sind wissenschaftliche Artikel, Vorträge, Publikationen für die Beratung, Pressemitteilungen, Teilnahme an Veranstaltungen und Internetauftritt.

Gleichzeitig rüsten sich unsere Forschungsanstalten mit kompetenten Kommunikationsfachleuten aus, die die Forscherinnen und Forscher in ihren Bemü-

hungen zur Beratung unterstützen. Selbstverständlich werden durch eine gute Kommunikation nicht einfach alle Probleme der landwirtschaftlichen Forschung gelöst. Andere Faktoren, auf die ich hier nicht eingehe, beeinflussen unseren Ruf ebenso. Doch ist unbestreitbar, dass eine gute Kommunikation langfristig gesehen das Bild eines Unternehmens oder einer Institution messbar verändern kann. Deshalb nimmt die landwirtschaftliche Forschung eine neue Etappe in Angriff.

Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit

Sie vereint ihre verschiedenen Kräfte, um über gemeinsame Themen zu kommunizieren, zielgerichtet und organisiert, und dies vor allem im Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Es geht darum, durch zielgerichteten, regelmässigen Auftritt die Kreise der Öffentlichkeit zu überzeugen - Benutzer wie Geldgeber - dass unsere Dienstleistungen notwendig, unersetzbar sind.

Diese Etappe ist wohl eine der mühsamsten, denn sie erfordert finanzielle wie personelle Mittel für Investitionen, deren Rückfluss erst in einigen Jahren messbar sein wird. Um so schwieriger ist dieser Einsatz, zum jetzigen Zeitpunkt der Restrukturierung öffentlicher Unternehmen. Wir müssen jedoch den Bereich Kommunikation als eine der Restrukturierungssäulen betrachten, eine Säule, die uns bei der Entwicklung stützt, ja die landwirtschaftliche Forschung überleben lässt.