

Diversity Communication **Public Relations im internationalen Umfeld**

Ein Interview mit Marianne Roth

Diversity Communication ist einer der Kommunikationstrends von heute – nach innen zu den zunehmend multikulturell zusammengesetzten Mitarbeitenden und nach aussen zu den Arbeits- und Absatzmärkten. Weltweit wachsen Märkte zusammen, der Stellenwert von Kulturen steigt: zum Beispiel mit China als Markt für Ressourcen, Personal und Absatz. Und die grenzüberschreitenden Beziehungen erfordern Kommunikationsstrategien, die Stakeholder weltweit berücksichtigen.

Wer braucht Diversity Communication? Wie unterscheidet sie sich von herkömmlicher Kommunikation? **Marianne Roth**, Dozentin des Fachseminars Diversity Communication, beantwortet einige Fragen zum Thema.

Welche Zielgruppe sprechen Sie mit dem Seminar Diversity Communication an?

«Einerseits Kommunikationsfachleute von weltweit tätigen Unternehmen mit internationalem Publikum. Und andererseits Mitarbeitende von Schweizer KMUs, die mit Angestellten und Kunden aus verschiedenen Kulturen kommunizieren.»

Was unterscheidet Diversity Communication von herkömmlicher Kommunikation?

«Es gilt, bei allen Aktionen den interkulturellen Kontext zu berücksichtigen. Kommunikationsfachleute müssen konsequent ihre Zielgruppen ausleuchten und die Kommunikation entsprechend aufbauen. Ein Beispiel: Unsere Gesellschaft funktioniert individualistisch - das Ich zählt. Die asiatische Gesellschaft hingegen ist kollektivistisch - das Wir zählt. Da reicht es nicht, Kommunikation zu übersetzen. Sie muss passgenau aufgebaut werden und die kulturellen Codes berücksichtigen. Von Anfang an.»

Was nehmen Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Seminars konkret für ihren Alltag mit?

«Die Teilnehmenden lernen unter anderem unterschiedliche Gesellschafts- und Kulturmodelle kennen. Sie durchleuchten die Kommunikationsinstrumente und weiten sie auf andere Kulturen aus. Eins zu eins. Und die ausführliche Dokumentation fasst die notwendige Theorie zusammen, bietet praktische Hinweise für die Umsetzung.»

Was zeichnet sie als Dozentin für dieses Thema aus?

«Ich habe 17 Jahre in internationalen Organisationen gearbeitet und im angelsächsischen Raum, in Afrika, in China und im Mittleren Osten gelebt. Da habe ich zahlreiche Kulturen kennen und verstehen gelernt. Das theoretische Fundament bilden meine Ausbildung als PR-Beraterin und mein Weiterbildungsmaster in interkultureller Kommunikation der Universität Lugano.»



Marianne Roth
Marianne Roth Communications, Zürich