

Zwei sehr unterschiedliche Meldungen aus der Öffentlichkeitsarbeit - und ihre Geschichte

Hamelns HMT-Geschäftsführer hat sich gegen 400 Euro Meldegebühr um PR-Lorbeeren beworben - und gibt auch ohne Preisverleihung mit seiner "Nominierung" schon mal an

Von Ralph Lorenz

Hameln (wbn). Es geht um mehr oder weniger verdiente Lorbeeren. Und es geht als gutes Beispiel auch um die Pressemitteilung eines angesehenen designorientierten Unternehmens der Region. Vor allem geht es aber um die Mitteilung aus der Feder der Hamelner Marketing und Tourismus GmbH. Es sind zwei Erfolgsmeldungen, die an diesem Tag vorliegen – aber welch ein Niveau-Unterschied!

Zunächst WINI als Fall Nummer 1 und als das kurz erzählte positive Beispiel: In einer entsprechenden Unternehmensmeldung vom heutigen Tage heißt es aus Marienau: „Nachdem Winea Pro bereits mit dem red dot design award 2010 für das Designkonzept ausgezeichnet wurde, macht uns die Nominierung für den Deutschen Designpreis – den ‚Preis der Preise‘ – natürlich besonders stolz“, so Dirk Hölscher, Leiter Strategische Produktentwicklung und Produktmanagement bei WINI.“ Das international erfolgreiche Unternehmen für Büromöbel in Coppenbrügge-Marienau mit dem besonderen Händchen für Form, Formensprache und Funktion lässt mit diesem Satz die Öffentlichkeit zu Recht wissen, dass es nominiert worden ist. Wohlgedenkt: „Nominiert“ wird man stets von Dritten – in diesem Fall von einem deutschen Ministerium, das, wie die Weserbergland-Nachrichten.de auf Anfrage von WINI-Sprecherin Diana Repenning erfuhren, so von den kreativen und innovativen Fähigkeiten der Marienauer beeindruckt war, dass es diese für den diesjährigen Designpreis benannt, eben nominiert hat. Dafür schon jetzt ein hochachtungsvoller Applaus der Weserbergland-Nachrichten.de Offiziell von einem Ministerium nominiert zu werden, das hat schon was! Nun Fall Nummer 2: Hier ist ebenfalls von „Nominierung“ die Rede, aber auf Nachfrage sieht es dann schon etwas anders aus, nämlich weniger honorabel.

Fortsetzung von Seite 1

Wie man ein "Zwischenhoch" herbei schreibt...

Geschrieben von: Lorenz

Donnerstag, den 08. Juli 2010 um 20:01 Uhr

Hier lässt sich in Verbindung mit dem Briefkopf der Hameln Marketing und Tourismus GmbH deren Geschäftsführer Harald Wanger in einer offiziellen Pressemitteilung feiern. Die Überschrift lautet: „Zwischenhoch bei der HMT. Hameln für wichtigsten deutschen Kommunikationspreis nominiert.“ Tatsache ist: Wanger und seine HMT hat sich selbst ins Gespräch gebracht. Von Nominierung im eigentlichen Sinne kann also nicht die Rede sein. Das ist so als würde jemand für sich selbst das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse beantragen.

Es gibt bundesweit niemanden, der die Rattenfängerstadt für ihre Öffentlichkeits- und Eventarbeit im Rattenfänger-Jubiläumsjahr bei dem angesehenen deutschen PR-Preis „nominiert“ hat. Gegen eine Einreichergebühr von knapp 400 Euro auf Steuerzahlerkosten hat sich Wangers HMT vielmehr selbst angemeldet und ins Gespräch gebracht.

Wer sich nicht anmeldet und nicht zahlt, wird auch nicht für eine Nominierung geprüft

Nur für Geld machen sich die Prüfer ans Werk um zu prüfen ob formal die Voraussetzungen erfüllt sind. Und auch nur für extra Geld gibt es auch noch einen extra Pokal. Da ist vor allem viel Papierkram erforderlich.

Ob in dieser Prüfungsphase jemand von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. oder dem F.A.Z.-Institut jemals vorher etwas von Wangers PR-Finessen im Rattenfänger-Jubiläumsjahr mitbekommen hat, bleibt dahingestellt. 288 Unternehmen und deren ehrgeizige PR-Leute haben sich zur Mehrung ihres Ruhmes, den man schließlich nicht dem Zufall überlassen will, in diesem Jahr in mehr als zwanzig (!) Kategorien und Unterabteilungen beworben.

Schon vom Zahlenverhältnis her ist die Chance, angesichts so vieler Sparten irgendwie aussichtsreich eingestuft zu werden und in die „engere Wahl“ zu kommen, nicht schlecht. Die HMT aus Hameln steht jetzt auf einer sogenannten „Shortlist“ der Jury. Das ist schon mal was, aber noch beileibe kein Preis und sonderlicher Ruhm für die Nachwelt. HMT ist als Bewerber unter zahlreichen anderen lediglich ein "Finalist". Die deutsche Elf gehörte bis gestern Abend auch noch zu den „Halbfinalisten“ und hat es dann endgültig auf der WM-„Shortlist“ vergeigt.

Wenn die HMT-Vuvuzela trötet...

Das hindert Wanger aber nicht daran schon jetzt in einer Pressemitteilung in seine HMT-Vuvuzela zu tröten: „Neben der HMT“ (man beachte die sprachliche Feinheit „neben“)

Geschrieben von: Lorenz

Donnerstag, den 08. Juli 2010 um 20:01 Uhr

seien vor allem Wirtschaftgrößen, wie Microsoft, Daimler AG, Deutsche Post oder Audi genannt. Moment mal, lieber Herr Wanger. Das ist weniger als die Wahrheit, denn diese Global-Giganten treten in der HMT-Kategorie der „öffentlichen Einrichtungen“ gar nicht an. Wanger sollte lieber den Ball gaaanz flach halten.

Aber die eigentliche Absicht dieser Eigenlob-Pressemitteilung ist erkennbar. Nach dem kurzfristigen Weggang des Stadtmanagers Stefan Schlichte hat Wanger ein Problem. Das gesamte HMT-Konzept steht organisatorisch auf dem Prüfstand, weil das Nebeneinander von Marketing und Tourismus kostspielig und ineffizient erscheint. Und: Im Zweifelsfall hatte der smarte Stefan Schlichte mit seinem kleinen Marketing-Team in der Relation mehr bewegt als Wanger mit seiner Touristen-Verwaltung am entvölkerten Bürgergarten.

Es gibt reichlich Zoff hinter den Kulissen der HMT

Es gibt Zoff hinter den Kulissen. Wangers HMT setzt sich jetzt mit dieser vorgezogenen Hurremeldung dem Verdacht aus die angesehene Jury der Deutschen PR-Preisvergabe für die eigenen Zwecke instrumentalisieren zu wollen. Nach dem Motto: Ihr Hamelner seid ein so undankbares Rattenvolk. Während in Frankfurt und Bonn meine wahre Größe erkannt wird, wetzen kleinkarierte Kritiker hinter meinem Rücken die Messer.

Man muss sich den folgenden Satz auf der Zunge zergehen lassen. Er ist ein Kernsatz aus der offiziellen Pressemitteilung zu diesem noch nicht verliehenen Preis: „Die Nominierung für den wichtigsten deutschen Kommunikationspreis nimmt der Strukturdebatte den Wind aus den Segeln – schließlich hatte HMT-Geschäftsführer Harald Wanger die Projektleitung zum Rattenfänger-Jubiläum übernommen und das Motto in die Tourismussparte, das Hallenmanagement und das Stadtmarketing umsetzen lassen.“

PR-technisch ist Wangers Meldung ein Super-Gau

Dieser Eigenlobsatz ist so geil (geil - ein altdeutsches Luther-Wort), dass ihn die Hamelner Steinmetze in freiwilliger Nachtschicht in den chinesischen Granitboden der Hamelner Fußgängerzone meißeln sollten. Und als nächstes sollte Wanger ein Denkmal im Bürgergarten errichtet werden, auf dem Sockel der Unkündbarkeit als Geschäftsführer. PR-technisch ist das natürlich ein Super-Gau. Weil er in dieser offiziellen Pressemitteilung, die zur Verbreitung in den Medien gedacht ist, von einem „angeblich drohenden Desaster“ raunen lässt und ohne Not „vom Streit um die Struktur der Hameln Marketing und Tourismus GmbH“ spricht.

Geschrieben von: Lorenz

Donnerstag, den 08. Juli 2010 um 20:01 Uhr

Was soll ein Redakteur in Hannover, Kiel, Frankfurt oder München mit solch einer von düsteren Andeutungen getränkten Hausmitteilung aus dem Hamelner HMT-Büro anfangen? Ist das etwa ein verspäteter Gag der seinerzeit beauftragten norddeutschen Grau in Grau zeichnenden Kommunikations-Agentur „boy“ (Mystica Hamelon“)?

Der HMT-Geschäftsführer hätte sich besser für „Krisen-PR“ bewerben sollen

Wanger hätte sich vielleicht doch lieber in der Sparte „Krisen-PR“ bewerben sollen. Belohnt wird da die Fähigkeit, auf Managementebene frühzeitig und geräuschlos einen Schwelbrand auszutreten und dies der Öffentlichkeit möglichst noch als Energiesparbeitrag zu verkaufen. Doch in dieser Kategorie würde dessen Verhalten wiederum sofort als brandgefährlich enttarnt. Wanger sorgt in seiner Pressemitteilung eher noch für zusätzlichen Funkenflug – quer durchs Land.

PR (Public Relations) ist nicht verwandt mit P&R. Es gehört zu den meistmissbrauchten Worten im Medienalltag. Selbst gelernte Anzeigenverkäufer kommen ins Stottern, wenn sie es erklären sollen. Und selbsternannte Marketingexperten im schwarzen Chefedynamiker-Einheitsdress können bei entsprechender Nachfrage ziemlich verlegen werden.

Public Relations ist die Kunst, durch das gesprochene oder gedruckte Wort, durch Handlungen oder durch sichtbare Symbole für die eigene Firma, deren Produkt oder Dienstleistung eine günstige öffentliche Meinung zu schaffen.

Diese Definition stammt aus den 30er Jahren, nachzulesen auch in Wikipedia und ist heute noch gültig. Es geht also um die Pflege der Beziehung einer Organisation zu ihrem Umfeld. Unter diesem Aspekt hat Wanger mit seiner Pressemitteilung schlicht versagt.

Wenn denn ein Deutscher PR-Preis an die Weser verliehen werden sollte, dann hätten ihn viele hochmotivierte, ehrenamtliche Hamelner Bürger aus dem Rattenfänger-Jahr verdient, auch Hamelner Geschäftsleute. Ebenso der liebenswürdige Rattenfänger mit dem amerikanischen Akzent und seine Interhelp-Mitstreiter, die den erneuten Rattenfängerauszug auf die Beine gestellt hatten. Sicher auch die Agentur „boy“ für ihre mystische Grauzone. Nicht aber in erster Linie die HMT-Führungsspitze mit ihrem Geschäftsführer.

8. Juli 2010 - Eine Pressemeldung der Marketing und Tourismus GmbH unter die Lupe genommen

Geschrieben von: Lorenz

Donnerstag, den 08. Juli 2010 um 20:01 Uhr

Dessen Vertrag läuft übrigens im kommenden Jahr aus.

PS: Für eine Stellungnahme war Harald Wanger heute nicht erreichbar. Er macht Urlaub.