

Stand oder Ständer?

Eine Glosse von Klaus Kocks.

Was unterscheidet einen Ingenieur von einem PR-Manager? Der Öffentlichkeitsarbeiter hält den Ingenieur für einen Schrauber. Er erscheint ihm als Flachkopf, der zwar eine Waschmaschine reparieren kann, aber ein politischer Idiot ist. Statt eines Hirns hat der Schrauber einen 13er Schlüssel im Schädel. Damit hat der Kommunikationsstrategie natürlich recht. Es ist im wirklichen Leben noch schlimmer. Der Ingenieur wiederum hält die Werbefuzzis und Spindoctors für blasierte Idioten, die wichtig tun, dummes Zeug reden und im praktischen Leben nichts geregelt kriegen. Alle Leserinnen und Leser dieses edlen Blatts wissen, dass es im wirklichen Leben nicht ganz so schlimm ist mit der Weltfremdheit der PR-Leute, aber andererseits auch nicht viel besser. Was unterscheidet im Kern den Homo Faber (der Mensch als Schmied) vom Homo Ludens (der Mensch als Lude): Der eine baut Quader für Quader Pyramiden auf, der andere sieht jeden Morgen neu das Murmeltier. PR lernt nichts, schon gar nicht aus eigenen Fehlern. Hier die fünf Gebote des Monats April zum Stand der Ständer.

1 Ein anständiges Auto hat heutzutage ABS und ESP. So wird blödes Bremsen zum Rotationsmanagement – intelligente, negative Beschleunigung, wie wir „Car Guys“

sagen. Damit der Herr Sohn nicht aus der Kurve fliegt und Mutti nicht auf der Gegenfahrbahn landet. Das ist jetzt Stand der Technik. Womit alles andere fahrlässig wird. Unwiderfürlich. In der PR gilt die Regel: Es sind zwar alle Fehler schon mal gemacht, aber noch nicht von allen. Beispiele gibt der neue CEO des Versorgers, den sie den Energie-Esel aus Essen nennen. Wir kennen aus der Management Publicity die eberne Regel „Plumpe Kumpanei er-

setzt nicht den nötigen Respekt“. Stand der Technik. Jahrespressekonferenz. Der neue Boss verlässt wortlos mittendrin den Raum und geht mal für Königstiger. Als er wiederkommt, gibt es Grinsen im Saal. Der erleichterte Meister aller Meere legt einem Vorstandskollegen die Hand auf die Schulter und verkündet expressis verbis, dass Männer über 50 schon mal Harndrangprobleme haben können. Aha! Er es aber auf 120 Minuten „einhalten“ bringe, dieser Kollege aber nur auf 90. Jetzt wissen wir alle, was wir alle nie wissen wollten. Nicht so ganz Stand der Technik. So wie der Batterie-smart, den die Atommafia aus Propagandagründen fährt.

2 Der Bruder des Ingenieurs ist der Chemiker. Beide sind zwar grottenschlecht gekleidet, aber der Chemiker darf über den C&A-Klamotten noch einen weißen Kittel tragen. Das putzt ungemein. Also, der Giftmischer weiß, was unterkritische Dosen sind. Grinsen ist hier völlig fehl am Platz.



Klaus Kocks ist Meinungsforscher
und Kommunikationsberater.
ceterum.censeo@mailtrack.de



Das ist kein Blondinenwitz. Unterkritische Dosen sind Mengen, die bei einer Reaktion zu keiner Reaktion führen. Womit alles vergebene Liebesmühe war. Richtig dosieren, das ist Stand der Technik. In der PR ist das richtige Anspracheniveau entscheidend, um zu der gewünschten Reaktion zu kommen. Wer deutlich unter dem Niveau der Zielgruppe bleibt, wird erst gar nicht ernstgenommen. Oder aber löst eine Kettenreaktion in die falsche Richtung aus. Ein großer Versorger (ja, der Asinus Wattikanus Essensis) redet in Werbespots mit seinen Kunden mittels animierter Tiere. Ein Mäuslein oder ein Dackelchen piepsen was. Willkommen bei KiKa, dem Kinderkanal. Erwachsene fühlen sich schlicht verarscht. Kann man ja machen. Als Betreiber von Kettenkarussells, nicht bei Kernkraftwerken. Unter dem Stand der Technik.

3 Der Ingenieur kennt den Zweiten Hauptsatz der Thermodynamik. Dieser eberne Satz ist dafür verantwortlich, dass es auf meinem Schreibtisch immer aussieht, als hätte jemand eine Handgranate reingeworfen. Ochtrup ist überall. Das ist das Gesetz der Entropie. Ordnung ist ein vorübergehender Zustand. Schritt für Schritt strebt alles wieder dem Chaos zu. Deshalb pflegt der Ingenieur seine Systeme ständig und regelmäßig. Steter Tropfen höhlt den Stein. In der PR liebt man Feuerwerke. Einmal richtig ins Horn stoßen und dann zurück in den Dämmerzustand. Eine Nacht Champus, einen Winter lang Selters. Heute nennt man fünf bis zehn Anzeigen eine Kampagne, obwohl das bestenfalls Belegexemplare produziert, für eine Wirkung, zu der es nie gekommen ist. Wohl kaum Stand der Technik.

4 Als die Energieversorger branchenweit begründen sollten, warum die Gaspreise steigen, nachdem die explodierenden Rohölpreise bei Mutti angekommen waren, gab es Anzeigen mit der Ablichtung einer Schulbuchseite (Unterniveau, siehe oben) und der altväterlichen Darstellung, dass dies alles am Energiehunger Chinas liege. Die Gelbe Gefahr musste argumentativ herhalten. Fachleute suchen seitdem mit Hubschraubern die Gasleitungen von Holland oder Norwegen oder Russland nach China. Leider findet sich keine. Die Lösung: Das Argument war mehr global, galaktisch, strategisch und generell gemeint. Aha! Der deutsche Handwerker nennt solchen Murks: Heimwerkermist. Es bräuchte für gute PR einen genialen Architekten, stattdessen schicken wir Onkel Paul in den Baumarkt und lassen ihn anschließend mit dem Fuchsschwanz ans Eingemachte. Kurpfuscherei, soweit das Auge reicht. Vattenfall ist überall.

5 Der Physiker sagt: Wo ein Körper ist, ist kein zweiter. Der PR-ler sagt: Was brauche ich Geist, wenn ich Gucci habe. Kurzum: Der Techniker hat einen festen Stand, den Stand der Technik. Der PR-ler hat das nicht. Ihn erregt der Zeitgeist. Er weiß nichts, außer was gerade hip ist. Die Bubis aus der Kommunikation hecheln den Moden hinterher. Da gibt es kein „State of the Art“. Sie träumen nicht vom Stand, sondern vom Ständer. Ein einziges Viagra Volk.

