

Gastkommentar Machen wir Public Relations „pure“ ...

Schluss mit der Schaumschlägerei!

Pur. PR – alles für die Öffentlichkeit? Jeder Bluff und jede Verrenkung sind willkommen, um in die „Public“ zu gelangen? Je provokanter, promigarnierter – desto *Krone-Österreich*?

Ich registriere, der amerikanische Gastredner der PR-Gala 2006, Paul Holmes, habe darauf verwiesen, dass „die Menschen immer kritischer werden und scharf reagieren, wenn PR nicht authentisch ist“ ... Interessante Botschaft aus dem Mutterland der PR: geht's nun den war-room-Strategen und spin doctors an den (Designer-)Kragen?

Mein Gott, was bliebe von manch schmucken „integrierten Gesamtkommunikations-Konzept“, würde es von allem Blendwerk befreit ... Was bliebe von unserer schicken Branche ohne glamouröse Event & PR-Galas, wo wir einander kameragerecht wechselseitig auf die stolze Brust schlagen? Was bleibt netto übrig, wenn wir die Scheinwerfer ausschalten? Wenn wir Titel, Funktionen, Prestige und Hochglanzprospekte auf den Echtheitsgehalt hin überprüfen? Was ist das Substanzielle, Kraftvolle, über den Moment Hinausreichende?

Endlich einen Kontrapunkt setzen

Ich bin seit 15 Jahren PR-Berater, Referent & Trainer. Nein, ich will nicht über unsere Branche schimpfen. Denn es gibt einige „g'rade Mich'ln“. Ja, *Sie* natürlich! Ich möchte den anderen nur gerne verraten, wie es gelingen kann, dem selbstkritischen Blick in den Spiegel standzuhalten: Ich habe, um der Schaumschlägerei einen Kontrapunkt zu setzen, PR im gleichnamigen Buch mit „Pure Relations“ übersetzt und kann folgende Wohlfühl-Strategie empfehlen: Man leiste sich den Luxus, in allem PR-Tun nicht bloß in die „Public“ zu blinzeln. Es macht vielmehr Spaß, das *Pure* aus Initiativen, Projekten und Menschen (statt publicitygeilen CEOs) herauszukitzeln. Der große Helmut Gansterer formulierte mal: „Jeder hat eine Goldmine in sich; wir müssen nur das taube Gestein zur Seite räumen ...“

Der „Public“ mehr Vollwertnahrung servieren

Pur siebt das Alltägliche und legt das „Sein hinter dem Schein“ frei; das Unverdünnte, Authentische, Echte. 100 Prozent Natur statt Styling, Flitter und Maskerade. *Pur* spürt das „Wahre, Gute und Schöne“ auf und will sich nicht instrumentalisieren lassen vom Lauten, Schrillen, Glamourösen.

Es tut so gut, sich auf die Suche nach dem „Veröffentlichungswürdigen“ zu machen, statt bloß ausgewählte Zielgruppenopfer zu belästigen.

Wertorientierte Öffentlichkeitsarbeit könnte man das nennen – oder eben „Pure Relations“. Wem's gefällt, der möge es übernehmen; über eine Quellenangabe freut sich mein Ego. Und im Übrigen wär's einfach schön, wenn wir „Puren“ mehr werden und der „Public“ ein bissl mehr Vollwertnahrung statt Junkfood anliefern ...

„Mein Gott, was bliebe von manchem schmucken ‚integrierten Gesamtkommunikations-Konzept‘, würde es von allem Blendwerk befreit ...“.

**MANFRED GREISINGER
STOAREICH PR**



Manfred Greisinger, PR-Berater – Stoareich PR, Univ.-Lektor, Trainer und Autor von „Ihr ICH als unverwechselbare MARKE“ (6. Auflage). Aktueller Titel „Pure Relations“ sowie: „EROS of work & life“ – Edition Stoareich (www.stoareich.at).

mediant