

TauBlog

Écrasez l'infâme!

"Ausgehungerte Redaktionen, starke PR-Agenturen" – zum Zapp-Bericht "Das Geschäft der PR-Berater"

André Tautenhahn · Thursday, February 18th, 2010

Im Zapp-Bericht „Das Geschäft der PR-Berater“ von gestern (siehe Video [hier](#)) wird sehr schön gezeigt, wie sich Public Relations vor allem in kleineren und mittleren Zeitungen breit macht, weil gerade dort viel Personal abgebaut wird. Die PR-Agenturen rüsten dagegen auf. Etwa 50.000 Journalisten stünden bereits rund 40.000 PR-Beratern gegenüber. Das ist ein Problem für den seriösen Journalismus.

Klaus Kocks, ein PR-Guru, sagt:

„Wir haben ausgehungerte Redaktionen, die dankbar sind für alles, was man ihnen anbietet.“

Das alte Monopol der Journalisten, dass ausschließlich sie entscheiden, was in den Zeitungen steht oder was auf dem Fernsehschirm zu sehen ist, ist dahin.

Wer seine Redaktion aushungert, bis auf das absolute Minimum von Mitteln und Zeit, der liefert seine Blätter, seinen Sender, PR aus, das ist so!

Alles was an fragwürdiger PR wirklich funktioniert, funktioniert, weil es irgend ein Journalist nimmt!“

Oha. Die blühende Blume der PR sei auf dem Mist des Journalismus gewachsen, meint Kocks und PR-Berater und PR-Award-Preisträger Norbert Essing sagt, Kommunikationsmanager seien letztlich Konstrukteure von Realität. Diese Realität wollte Essing auch für sich schaffen, als er einen Ex-Kunden nach der Trennung offenbar unschön zu diskreditieren versuchte.

Pressefreiheit sei zur Gewerbefreiheit verkommen, die Nachricht sei nunmehr Ware, sagt Klaus-Peter Schmidt-Deguelle, der einst Hans Eichel managte, um aus ihm einen angesehenen Sparkommissar und Kassenwart zu machen. Zwanzig Mal schleuste er Eichel bei Sabine Christiansen ein. Doch letzten Endes ist Eichel grandios gescheitert, ohne dass die Medien je sonderlich Notiz davon genommen hätten, welche Politik Eichel praktizierte und welche ihm bloß zugeschrieben wurde und durch wen.

Schmidt-Deguelle berät übrigens auch Klaus Zimmermann, Chef des DIW. Offensichtlich braucht

die mit Steuergeldern finanzierte Wirtschaftswissenschaft Unterstützung in Sachen Marketing. Sie wissen ja, dass uns Herr Zimmermann seit geraumer Zeit eine Mehrwertsteuererhöhung auf 25 Prozent schmackhaft machen will. Mit Schmidt-Deguelle könnte das wohl auch gelingen, so der Plan.

Thomas Leif von „netzwerk recherche“ brachte es am Ende des Beitrags sehr schön auf den Punkt.

„Die jetzige Medienkrise und der Spardruck ist quasi der Humus, auf dem sich PR entfalten kann.“

This entry was posted on Thursday, February 18th, 2010 at 12:58 pm and is filed under [Nachrichten](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.