

Hallo!

Stellen Sie sich vor: Der Herbst hat mich gebeten, die PR für ihn zu machen. Nach diesem langen heißen Sommer wird es Zeit, offensiv an die Öffentlichkeit zu treten.

Worum geht es konkret?

Der Herbst als natürliches Phänomen hat eine Image-Politur bitter nötig. Er ist in Verruf geraten und gerade jetzt sollte man ihm unter die Äste greifen. Die Herbst-Fans müssen wir natürlich nicht mehr überzeugen, doch seine Kritiker sind hartnäckig wie Borkenkäfer.

Das grundsätzliche Anliegen:

Die Verbesserung der internen Kommunikation im Konzern HERBST, die Verständigung zwischen Wind und Wetter, zwischen Laubpustern und Windböen, zwischen Laternen und Lampions. Es geht um den Dialog, auch nach außen. Dazu: die Imagebroschüre als Loseblatt-Sammlung. Es geht um weit verzweigte Beziehungen, um vertrauensvolle, langfristige Kontakte, um das glaubwürdige Verkaufen des erntereichen Nutzens. Kurz: um mehr als ein Strohfeuer.

Notwendig: Ein klares Profil.

Indian summer statt Blättermatsch und Pfützengrau. Das leuchtende Halloween-Orange hat es uns vorgemacht und eine Lücke gefüllt, die kornbeige Erntedank-Tradition bislang nicht hatte schließen können.

Nicht zu vergessen: Die Internet-Kommunikation.

Am Anfang war das Wort im Web, die Internetpräsenz. In diesem Falle: [www.cooler-herbst.de](http://www.cooler-herbst.de), in klarem Screen-design und Wording statt abfallender Navi und stürmischem Flash-Intro.

Als Nonprofit-Konzern ist der HERBST hier noch auf Sponsoren angewiesen. Wir denken an Mähdrescherfirmen, Kachelöfenbauer und Kürbishersteller.

Ein erstes Ziel:

Das Rauschen im Blätterwald und allen anderen Medien. Dazu: Engagement für das Not leidende Tropenholz, das weckt Sympathien; der Herbst als Talkshow-Gast mit seinem ersten Bestseller: »Herbst – eine Jahreszeit packt aus.«, usw. usf.

Ein Blick zurück für die spätere Evaluation:

Der Herbst war geknickt, weil er die wohl am seltensten gespielte vivaldische Jahreszeit ist. Der Herbst war geknickt, weil es jede Menge summer editions gibt (in Schokolade zum Beispiel), man bei Herbst-Kollektionen jedoch zuerst an matschgrauen Tweed denkt. Nicht zuletzt war er geknickt wegen seiner Kahlheit und seines Lebensabend-Images.

Und Rainer Maria Rilke ist nicht ganz unschuldig daran:

Wer jetzt allein ist, wird es lange bleiben,  
wird wachen, lesen, lange Briefe schreiben  
und wird in den Alleen hin und her  
unruhig wandern, wenn die Blätter treiben.

(aus: Herbsttag, in »Das Buch der Bilder«)

Der HERBST hat mich bereits an seine Partner vom Vierjahreszeiten-Konsortium weiterempfohlen. Für Empfehlungen bin ich immer dankbar.

Mit diesem Einblick ins herbstlich-virtuelle PR-Geschäft wünsche ich Ihnen und euch in Spätsommerlaune eine erntereiche Zeit!

© Maren Giering-Desler, PR-Text & mehr  
September2003