

# Falscher Hase

Manchmal bekommt man Post, die auf den ersten Blick recht vergnüglich und ansprechend aussieht. Bei näherem Hinsehen fragt man sich, was das überhaupt zu bedeuten haben könnte. Das ist schlecht für den Absender.

Text \_ Antje Terhaag

Selbst bekomme ich schon seit geraumer Zeit keine Werbepost mehr. Womöglich gehört es zum Service von Adressverkäufern, ihren Kunden jedes Risiko zu ersparen, indem sie mich aus allen Datenbeständen löschen. Aber zum Glück gibt es ja noch genügend Menschen, die bei jeder Aussendung gleich auch mal die Redaktionen der Republik beglücken. Wenn man das schon nicht mit System macht, wer weiß, vielleicht landet man einen Zufallstreffer und findet einen begeisterungsfähigen Redakteur, der sich der Sache annimmt. Der Versuch ist nicht strafbar, aber ganz ehrlich: Es geht einfacher, wenn man Pressemeldungen schickt und keine Einladung, an einem Dienstag im August in einer rund 600 Kilometer entfernten Stadt Müll aus einem Park zu klauben.

## → DIE AUSGANGSLAGE

Aber nun wissen Sie schon einmal grob, um was es geht. Die Aktion »Saubere Hase« wird veranstaltet von der Unternehmensberatung Eisq. **»Service-Qualität heißt auch: Lebensqualität.«** Darauf muss man erst mal kommen. Ich versuche gerade, etwas zu finden, das nicht auch Lebensqualität heißt. Nein, finde nichts.

- 1 **»Getreu diesem Motto spendet eisq - ihre klimaneutrale Unternehmensberatung aus Osnabrück - jedes Jahr einen Arbeitstag für den Umwelt- und Klimaschutz.«** Unterstützt wird dieses
- 2 **Event in diesem Jahr von EverGreen-Events** - die Event-Agentur für nachhaltige Veranstaltungen.

Als mir vor einigen Jahren ein Bekannter offenbarte, er habe gerade ein klimaneutrales Event veranstaltet, ging meine Fantasie komplett mit mir durch. Was habe

ich mir in den Sekunden bis zu meiner Erhellung nicht alles ausgemalt. Schließlich kannte ich seine aufwendigen Inszenierungen. Es dauerte nicht lange, bis ich das Prinzip verstanden hatte, das hinter dem zweitplatzierten Unwort des Jahres 2007 steht: Für alles lässt sich der verursachte CO<sub>2</sub>-Ausstoß ermitteln und in zu bezahlendes Geld umrechnen, das dann in ein Klimaschutzprojekt investiert wird. Ich wurde darüber

aufgeklärt, dass Unternehmen verstärkt solche Veranstaltungen nachfragten und Event-Agenturen sich hierdurch differenzieren könnten. Das war es, was mich störte. Umweltschutz als Marketingtool und Gutmenschenzertifikat. Und jetzt haben wir eine klimaneutrale Unternehmensberatung und eine nachhaltige Event-Agentur, die Freiburger nach Osnabrück zum Haseausmisten einladen.



4 »Für Ihr leibliches Wohl sowie die Organisation ist selbstverständlich gesorgt.« Das ist gut zu wissen. Ich versuche, mich 20 Jahre in die Vergangenheit zu versetzen, wo mir jemand erzählt, er gehe zu einer klimaneutralen Veranstaltung, für deren Organisation gesorgt sei. Ich hätte ihm wohl zu einer Therapie geraten. Heute aber ist es erwähnenswert, wenn bei einer Veranstaltung für die Organisation gesorgt ist. Dann wird der Anreise-CO2-Verbrauch zwischen Freiburg und Osnabrück in Credits umgerechnet, und damit nicht genug:

5 »Von uns erhält jeder Teilnehmer ein T-Shirt sowie Arbeitshandschuhe. Für Ihr leibliches Wohl sorgen wir ebenfalls! Den erfolgreichen Tag lassen wir gemeinsam bei einem gemütlichen Grillabend ausklingen!« Grillen ist sicher sehr klimaschädlich. Stullen zu schmieren wäre vielleicht günstiger, klimakostentechnisch gesehen. Aber es geht ja darum, möglichst viel in ein Klimaschutzprojekt investieren zu können, und dazu braucht es natürlich viele Credits: Herstellung, Bedruckung und Transport der T-Shirts (wahlweise auch Girlie-Shirts verfügbar!). Gar nicht zu reden von Arbeitshandschuhen. Ich kenne den Osnabrücker Hasepark und die Klöckner Hase nicht, aber das muss ein echtes Ferkelgebiet sein, wenn dieser Aufwand klimatechnisch dafürsteht, ihn wieder sauber zu kriegen.

Ein Blick ins Internet offenbart, dass der Hasepark ein gerade entstehender Gewerbepark ist, die Klöckner Hase ein Fluss. Das kommt davon, wenn der ortskundige Osnabrücker seine Post zu weit in die Welt schickt und der Fantasie des ortsunkundigen Lesers ausliefert. Und es kommt vor allem davon, dass man nicht präzise sagt, warum man das alles tut. Ich stelle noch nicht einmal in Abrede, dass diese Aktion einen tieferen Zweck hat als den, mitten im Sommerloch auf seine Unternehmensberatung aufmerksam zu machen. Aber dann ist es das Mindeste,

6 dass ich erläutere, warum ich ein »volles Programm für den Umweltschutz« mit Grillgut bestücke. Warum ich dafür T-Shirts produzieren lasse. Warum ich die Einladung klimaschädlich per Post und nicht in jeder Hinsicht billiger per E-Mail versende. Warum Umweltpapier heute nicht mehr grau ist. Und warum ich das ganze Theater veranstalte. Wenn es dafür einen nachhaltigen und klimaschonenden Grund gibt, dann wäre es die beste Werbung für dieses Event, diesen Grund schön breit und farbenprächtig auszuwalzen und auch Menschen wie mich damit für das Projekt einzunehmen. Ansonsten würde ich der Redaktion empfehlen, am 3. August an der neuen acquisa zu arbeiten. Und Eisq könnte einfach die Credits (soweit ich weiß, entspricht eine Tonne CO2 einem

## DIE EXPERTIN

Antje Terhaag, M.A.



berät und trainiert Unternehmen rund um das Thema Präsentation und Präsentieren. Schwerpunkte sind dabei Angebots- und Wettbewerbspräsentationen.

→ [www.leicht-sinn.de](http://www.leicht-sinn.de)

Credit) nehmen und in ein Klimaschutzprojekt investieren, so ganz ohne das Event, das dadurch zu kompensieren wäre. Wer weiß, was passiert, wenn diese ausgeklügelte Umweltbilanz plötzlich nicht mehr neutral ausfällt, sondern ein Guthaben aufseiten der Natur aufbauen würde. Nicht auszudenken.

## → DER EXPERTENRAT

1. Von Zeit zu Zeit auf sich aufmerksam zu machen, ist gut. Nehmen Sie sich einen prägnanten Aufhänger und vertexten Sie diesen anständig. Es ist nicht einmal nötig, dass der Angeschiedene darauf reagiert. Im Gegenteil, manchmal ist es sogar schöner, wenn man nichts von seinen Kunden oder Prospects will, sondern ihnen nur etwas zu lesen gibt. Es reicht, wenn er Ihren Namen im Kopf hat, wenn er entsprechenden Bedarf hat.

2. Wenn Sie selbst tief im Thema stecken, kommt Ihnen Ihre Post völlig logisch und schlüssig vor. Lassen Sie einen Externen einen Blick darauf werfen, wo Dinge missverständlich sind oder mehr Fragen aufwerfen als Antworten geben. Es muss nicht einmal ein Zyniker ans Werk gehen – jeder Mensch außerhalb Ihres Kompetenzfelds kann diesen Job erledigen.

3. Wählen Sie die Adressaten Ihrer Aussendungen sorgfältig aus. Wenn Sie Redaktionen damit bewerfen, weil Sie denken, schlimmer als Nichtbeachtung kann die Reaktion nicht ausfallen, könnten Sie sich täuschen.

[redaktion@acquisa.de](mailto:redaktion@acquisa.de)

• |

en Sie mit uns einen räumten Eindruck!

2. Aktionstag „Saubere Hase“  
03. August 2010  
ab 10 Uhr • Hasepark Osnabrück

3. Ihr unterstützt uns die Eventagentur EverGreenEvents bei der Organisation und Weiterentwicklung von Veranstaltungen. Gemeinsam laden wir Sie zum

4. Volles Programm für den Umweltschutz.

10.00 Uhr	Treffen aller Teilnehmer Treffpunkt: eisq-Gebäude Franz-Lenz-Straße 1A, Osnabrück
10.15 Uhr	Aktion „Saubere Hase“
13.00 Uhr	Picknick im Grünen
14.00 Uhr	Aktion „Saubere Hase“
16.30 Uhr	Gemütlicher Ausklang beim gemeinsamen Grillabend

5. Mit freundlicher Unterstützung von:

EverGreenEvents  
Die Eventagentur für nachhaltige Veranstaltungen

REWE  
Hilfs-Bermer Straße, Osnabrück

Stadtwerke Osnabrück  
Immer für Sie da.

DRUCKHAUS BERGMANN  
Mediengestaltung und Drucksachen

Faxantwort  
0541-580 543-29  
Rückmeldung bis 15. Juli 2010

eisq  
european institute for service quality

Ja, ich nehme am 2. Aktionstag „Saubere Hase“ teil.  
 Eine Teilnahme ist mir leider nicht möglich.

Service-Qualität heißt für uns auch: Lebensqualität!

2. Aktionstag „Saubere Hase“  
03. August 2010  
ab 10 Uhr • Hasepark Osnabrück

Reservieren Sie für mich bitte ein  
 T-Shirt  Girlie-Shirt  
 S  M  L  XL

eisq  
european institute for service quality  
Franz-Lenz-Straße 1A  
D-49074 Osnabrück