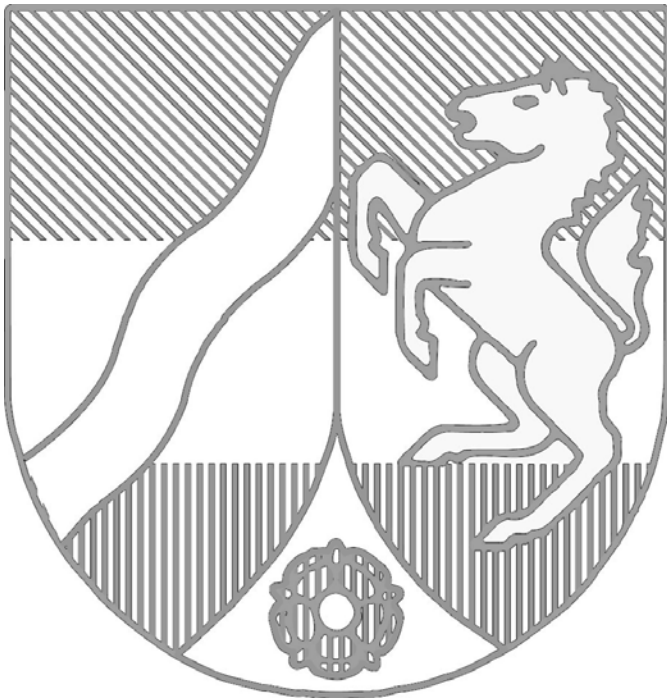


# Nordrhein- Westfalen



Nirgendwo können Berufskommunikatoren ihr Handwerk besser unter Beweis stellen, als an Rhein und Ruhr. Auch wenn dort gerade mal nicht Wahlen anstehen. Ein paar **Anleitungen zum Netzwerken und Glücklichen** in dem mit Abstand intensivsten Kiez der Berliner Republik

**E**ie Vita wie die von Bodo H. passt perfekt ins Bild. Sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie man sich einen Strippenzieher in Nordrhein-Westfalen (NRW) vorstellt. Geboren 1952 in Mülheim an der Ruhr, Lehre als Fernmeldehandwerker, Student der Sozialarbeit, Referent des DGB-Vorsitzenden von NRW, Wahlkampfmanager von Johannes Rau, Marketingdirektor bei der Salzgitter AG, Mitgeschäftsführer der Preussag Handel und Preussag International GmbH, Berater von Gerhard Schröder, NRW-Wirtschaftsminister, Chef des Kanzleramtes. 1999 wurde Bodo H. wegen einer Immobilienaffäre als EU-Koordinator auf den Balkan weggefördert. Er sein Privathaus mit Geld aus der Kasse der früheren VEBA ausgebaut haben. Heute ist Bodo H. Geschäftsführer der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ). Sie ist das wichtigste Blatt im Ruhrgebiet. Die Klammer, die das Kapital und die kleinen Leute zusammenhält.

NRW ist die Inkarnation der „alten Bundesrepublik“. Es scheint, als lebten viele Menschen hier noch immer in der Illusion der 70er. Auch im 38. Regierungsjahr der SPD träumen sie noch vom sozialdemokratischen Komfort, hier, in der Heimat des Rheinischen Kapitalismus'. Jenes Wirtschaftsmodells, das sich in einem die freie Marktordnung schützenden Rechtsstaat konsolidieren sollte, und darauf gerichtet war, breite Bevölkerungsschichten über einen ausgebauten Sozialstaat an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung teilhaben zu lassen. Oder kürzer gesagt: Wohlstand für alle.

Damit aber ist es längst vorbei. Der Sozialstaat hat jahrzehntelang darüber hinweg getäuscht, dass die Weltgeschichte ein permanenter Ausnahmezustand ist.

„Und was wird aus mir?“, fragt sich in diesen Zeiten nicht nur die gebürtige Bonnerin Heide Simonis. Auch etwa 1,1 Millionen Arbeitslose im größten deutschen Bundesland suchen verzweifelt nach einer Antwort. Peer Steinbrück will sie ihnen geben. Jener Ministerpräsident und Spitzenkandidat der SPD, der sich bei Wahlveranstaltungen selbst schon mal als „Kabeljau“ bezeichnet und glaubt, das sei ein guter Witz. Der Hol- ▶

steiner hatte das Amt Ende 2002 mitten in der Legislaturperiode von Wolfgang Clement übernommen. Am 22. Mai muss er sich erstmalig direkt den Wählern stellen und kommt dabei noch steifer daher, als man es von einem Nordlicht ohnehin erwarten würde. Dieser Mann wäre in Kiel nicht wie Heide Simonis vier Mal durchgefallen, aber er will den Job ja unbedingt in Düsseldorf.

**H**erausforderer Jürgen Rüttgers (CDU) ist so authentisch wie Edmund Stoiber und so warm wie ein Kühlschrank. Programme? Fehlanzeige. Visionen? Keine. Stattdessen: Worthülsen, Spitzenkandidatenkatherei. „Mit den beiden NRW-Spitzenkandidaten kann man nicht einmal einen emotionalen Wahlkampf machen“, meint Otto Gantert, Chef der Denkfabrik Gantert & Partner in Berlin. Hinzu kommt das dramatische Wohlstandsgefälle im Land. Oben gibt es immer mehr, unten gibt es immer mehr, dazwischen aber immer weniger.

Für den PR-Berater Klaus Kocks, der sich selbst (zu recht) als „bunten Hund der Branche“ sieht und seine Karriere maßgeblich in den Strukturen in NRW verankert, offenbart sich in Nordrhein-Westfalen ein Problem der politischen Klasse: „Die politischen Parteien in Nordrhein-Westfalen haben weder Programme noch charismatische Führungspersonlichkeiten, die die Leute interessieren, geschweige denn aufregen würden.“ Was aber tun, wenn charismatische Köpfe im Landtagswahlkampf fehlen? Ganz einfach, in NRW muss ein knackiges Thema her. Hat doch der Erfolg der CDU in Kiel gezeigt, dass Stimmungen binnen weniger Tage kippen können.

„Fünf Prozent nach oben oder unten sind gar nichts“, meint Otto Gantert. Warum also Monate lang Wahlkampf machen? Wäre ein „Big Bang“ wenige Tage vor der Wahl nicht das viel bessere Konzept? So wie 2002, als die Christopherus-Story während der Flut in Ostdeutschland Gerhard Schröder trotz mieser Umfragewerte erneut ins Kanzleramt spülte.

Ein derart gewaltiges Hochwasser ist an Rhein und Ruhr im Mai nicht zu erwarten. Was also tun? Berater Gantert rät zu klassischem Agenda Setting. Ideen sind gefragt. Aber bitte schön so, dass der Kandidat das konstruierte Ereignis auch beherrschen beziehungsweise dessen Problematik lösen kann.

Peer Steinbrück will davon nichts wissen. Er ist bis heute stolz darauf, in seinem Wahlkampf auf PR-Tricks zu verzichten. Auch Jürgen Rüttgers agiert inzwischen wieder solo. Von seinem Einflüsterer und Spin-Doctor Michael Spreng hat sich der Christdemokrat Ende vergangenen Jahres getrennt. Das ungleiche Duo hatte nie richtig zueinander gefunden. Schon rein optisch wirkte Rüttgers neben dem 2,03 Meter langen Hünen Spreng wie dessen Privatsekretär.

„Es gibt einen Snobismus der politischen Klasse“, seufzt Klaus Kocks. „Viele Politiker glauben, dass sie das eigene Handwerk in die Wiege gelegt bekommen haben und es nicht lernen müssen.“ Dabei bleibt heute jede Partei ohne treffsichere Mephistos des Medienalters über kurz oder lang auf der Strecke. Die Genossen in der Berliner Republik haben das längst erkannt. „Man muss nicht nur Ideen haben, sondern sie

## Der Rheinländer als solcher gilt als sehr freundlich und mitteilungsbedürftig. Ideale Voraussetzungen für Networking – ob an der Theke oder in der Politik

auch dem Publikum über die Medien vermitteln“, weiß Kanzler Schröder.

Damit aber tut sich die NRW-SPD schwer. Statt mit neuen Ideen erscheint die Partei immer wieder mit handfesten Skandalen in der Presse. Die Ursache dafür liegt zum Teil in der Vergangenheit. Das Ruhrgebiet, der Kern des 1946 gebildeten Landes NRW, war einst das bedeutendste Industrieviertel Europas. Eine Zusammenballung von Kapitalmacht und Arbeiterbewegung, die es für Jahrzehnte zu einem Brennpunkt der sozialen Widersprüche, zu einem Hauptaustragungsort der politischen und sozialen Auseinandersetzungen machte. Das völlig dominierende Montanerkapital verband sich dabei immer mehr mit den staatlichen Behörden, die zunehmend von der SPD gestellt wurden. In den vergangenen 38 Jahren hat sich daran nicht viel geändert.

Die Seilschaften zwischen Konzernen und Partei in Nordrhein-Westfalen sind legendär und sorgen bis in die Gegenwart hinein für Zündstoff. Da gab es unter anderem das Schmiergeld-Verfahren gegen den früheren Bonner Oberstadtdirektor und späteren VEBA-Manager Dieter Diekmann, den Skandal um angebliebene Politiker-Freiflüge mit der Flugbereitschaft der Westdeutschen Landesbank, das Subventions-Desaster um ein Trickfilmstudio in Oberhausen, den Partei-Spendenskandal in Wuppertal oder die Prozesse um die illegale Finanzierung einer Kölner Müllverbrennungsanlage, die der Steuerzahlerbund jüngst als „Denkmal der Korruption“ bezeichnet hatte.

**S**eilschaften und auch Korruption gibt es überall in Deutschland. Aber warum sind solche Schlagzeilen so viel häufiger über NRW zu lesen? Ein weiterer Grund – neben der Historie – liegt in der Mentalität der Menschen hier. Amigor und Cleverle der Welt sind natürlich auch anderswo in der Republik. Dort aber läuft alles ein wenig diskreter und subtiler ab. Der Rheinländer als solcher gilt dagegen als sehr freundlich und mitteilungsbedürftig. Ideale Voraussetzungen also für effektives Networking – ob an der Theke oder in der Politik.

Dabei geht es in Köln eine Spur härter zu als anderswo im Land. Korruption heißt hier auch nicht Korruption sondern Klüngel. Klingt irgendwie sympathischer. Mitmachen darf aber längst nicht jeder. Schon Hans-Jürgen Wischniewski hielt den kölschen Klüngel für „eine gute Sache, es sei denn, man gehört nicht dazu“. Man kennt sich, man hilft sich. Nur der Westfale gilt gemeinhin als ein wenig verschlossen, das Westfalen gilt vermutlich mit den Temperaturen im Sauerland zusammen.

Schuld am Klüngel-Image sind aber auch die Medien. In der guten alten Bonner Republik kannten Parteien und Ministerien die Journalisten-Nasen noch persönlich. Manche Geschichte blieb deshalb unerzählt. Aus und vorbei. In Zeiten von n-tv und 24-Stunden-Vollprogramm ist jeder auf der Suche nach Skandalen und Skandalchen. Alles ist schneller und aggressiver geworden, aber selten besser.

Für die Politik und die Konzerne in Nordrhein-Westfalen wird es immer schwieriger, ihre Netzwerke gegen den Vorwurf der Vetternwirtschaft zu verteidigen. Denn noch immer spielt sich hier Politik sehr stark auf



Gasometer in Oberhausen: Blühende Landschaften?

der Ebene der großen Aktiengesellschaften ab. Je größer das Unternehmen, desto höher ist der Aufwand. Schließlich ist es für die Konzerne wichtig, Stimmungen im Volk und in der Politik frühzeitig zu erkennen und wenn nötig Einfluss zu nehmen. „Politik kann man in diesem Lande definieren als die Durchsetzung wirtschaftlicher Zwecke mit Hilfe der Gesetzgebung.“ Ob Kurt Tucholsky damit speziell NRW meinte?

Fakt ist: Die NRW-Netzwerke sind eine beachtliche Teilmenge der alten Deutschland-AG. Eine fast selbstverständliche Verwobenheit und „Bäumchen-wechsle-dich“-Geschichte der handelnden Personen tritt hier deutlicher zutage als anderswo. Da wechseln Politikaussteiger an die Spitze von Konzernen und NRW-Landespolitiker nach Berlin. Solche Personalien haben viel mit der wirtschaftlichen und politischen Sonderstellung des Landes zu tun. NRW konnte und kann auf Grund seiner Schlüsselfunktionen in Bundestag und Bundesrat stets auf die Unterstützung aus Berlin setzen. Gegen NRW, so die selbstbewusste Botschaft von Rhein und Ruhr, kann man nicht regieren.

**D**abei gibt es durchaus regionale Unterschiede. Die Ruhr war es schon immer eine geschlossene Gesellschaft. Hier konnte es passieren, dass ein Bewerber die Stelle als Ghostwriter des Vorstands nicht wegen seiner schlaun Doktorarbeit bekam, sondern deshalb, weil sein Opa auf der richtigen Zeche gearbeitet hatte. Ein Einstellungsgespräch, das es so heute immer noch geben könnte.

Wie schwer es der Mittelstand an der Ruhr hat, zeigt auch ein Blick in die Statistik. Laut einer Erhebung der databyte GmbH rangieren Städte wie Gelsenkirchen, Bochum, Oberhausen und Duisburg bei den Firmenneugründungen noch hinter den blühenden Landschaften rund um Chemnitz und Halle auf den letzten Plätzen. Das Rheinland dagegen befindet sich mit Düsseldorf (Rang 1), Köln (Rang 7) und Bonn (Rang 9) auf den vorderen Rängen. Vor allem der frühere Regierungssitz glänzt nach dem Parlamentsumzug mit einem neuen und eigenständigen Profil. Bonn ist der Hauptsitz von Weltunternehmen in den Zukunftsbranchen Telekommunikation und Logistik. Die Stadt gilt als Zentrum einer Wissenschaftsregion und ist größter deutscher Standort der Vereinten Nationen (UNO). Mehr Einwohner, mehr Arbeitsplätze, mehr Kaufkraft. Nach einer Einschätzung des Magazins „Cash“ ist Bonn zu einer der „attraktivsten Standorte für den Einzelhandel“ geworden.

Im Ruhrgebiet sehen die Menschen die Entwicklung freilich ganz anders. Bonn, heißt es hier, sei nach dem Wegzug der Beamten, Ministerien und Verbände mausetot. Die blühenden Landschaften, sagen sie, entstehen im Pott. Essen bewirbt sich um den Titel „Kulturhauptstadt Europas“, die einstige SPD-Hochburg Dortmund feiert sich als „Stadt des Mittelstandes“, und Gelsenkirchen beschreibt sich in einer Ausschreibung als „Stadt am südlichen Rand des Münsterlandes“.

Die PR-Schaffenden im Land können sich über dieses Wetteifern der Kulturen nur freuen. Lediglich für manche Agenturen könnte es eng werden, wenn die Wahl für die SPD tatsächlich verloren geht. Wenn



**Landschaftsrad Duisburg:** *Wetteifern der Kulturen*

Schlüsselpositionen neu besetzt und langjährige Kontakte entwertet werden.

Gute Drähte zum potenziellen Nachfolger von Peer Steinbrück können deshalb sicherlich nicht schaden. Ein Kontakt, die sich die CDU in Zusammenarbeit mit einer PR-Agentur bereits im Vorfeld der Wahl gut bezahlen ließ. Angeboten wurde ein „Partnerpaket“ zum Preis von 14.000 Euro. Darin enthalten war ein persönliches Gespräch mit dem CDU-Spitzenkandidaten, der Besuch einer Business-Abendveranstaltung (samt Platzierung an einem VIP-Tisch) sowie zwölf Quadratmeter Ausstellungsfläche beim Zukunftskongress „Benchmark NRW“. Ob sich die Investition gelohnt hat, wird sich zeigen. Am 22. Mai, so gegen 18.30 Uhr.

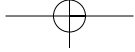
**Josef Kaiser**

## Besonderes Gen

Der Steinkohlenbergbau prägt Vergangenheit und Gegenwart in NRW – besonders im Ruhrgebiet. Eberhard Schmitt, PR-Chef der Deutschen Steinkohle AG (DSK) im RAG-Konzern, erlebt und gestaltet das Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in NRW

**Herr Schmitt, die DSK-Kampagne (PR Report 08/2003) ist mit dem Claim „400 Jahre ab heute“ in die nächste Phase gegangen. Menschen wie Marius Müller-Westernhagen oder Ulrich Lehner von Henkel bekennen sich öffentlich zur Kohle. Aber ist es nicht undankbar, für ein so altes und umstrittenes Produkt zu kommunizieren, das permanent auf dem politischen Prüfstand steht, als für – sagen wir – moderne Halbleitertechnologie?**

Wenn Sie auf die Schwierigkeit anspielen, ein politisch leidenschaftlich umstrittenes Thema zu fahren – das können Sie an jedem Standort und mit jeder Industrie ▶



## PERSPEKTIVEN AUF PR NRW

haben. Für Halbleiter habe ich übrigens schon mal kommuniziert. Der Steinkohlenbergbau ist sicherlich für Kommunikationsfachleute eine der heißesten Adressen. Mit seiner Geschichte, seinem Mythos, nicht nur in der Region, und den Klischees, die auf ihm lasten. Wir arbeiten seit zwei, drei Jahren an der Veränderung der Wahrnehmung, und wir haben schon viel erreicht. Spannend ist es auf jeden Fall. Es reicht aber auch hier wie bei anderen Themen nicht die rationale Ebene. Wir sind der wichtigste Rohstoff Deutschlands. Der Staat bestellt, wir liefern – sicher, auch in Krisenzeiten. Viele Entwicklungen und Errungenschaften, mit denen sich Deutschland international als Innovationsstandort profiliert, stammen zudem aus dem Steinkohlenbergbau. Wir sehen aber an dem Engagement von Marius und weiteren Testimonials, dass wir hier an Rhein und Ruhr eine ganz eigene Art der Begeisterung und des Commitments erreichen können und müssen. Auch in einem neuen und modernen Sinne.



**Woran liegt es, dass die kommunikative Vernetzung gerade in NRW so stark ausgeprägt ist? Besitzen die Menschen, die hier arbeiten oder von hier kommen, ein bestimmtes Gen?**

Man braucht in dieser Region sicherlich vor allem eine kommunikative Kompetenz. Das ergibt sich schon aus der Dichte des Zusammenlebens und Handelns. Von der Hauptversammlung eines der Energiekonzerne über die Schalcker Arena hin zur Ruhr-Triennale kann der Tagesablauf auch am Wochenende und abseits des Tagesgeschäfts von dieser kommunikativen Vernetzung bestimmt sein. Intensität entsteht durch Nähe und Dialog, Kooperationsfähigkeit im Spannungsfeld zwischen Globalisierung und Regionalentwicklung.

**Aber die Zeiten, in denen die Wirtschaftselite hier die „Herren aus dem Westen“ genannt wurde, sind vorbei.**

Die Region erhebt einen neuen Anspruch. Die Diskussion um Rhein-Ruhr-City und die großen Erfolge im kulturellen Bereich lassen dieses neue Selbstbewusstsein im europäischen Kontext erkennen. NRW hat ein Bruttosozialprodukt, das so groß ist wie das Russlands. Das Ruhrgebiet allein hat die Dimensionen Groß-Londons oder anderer Metropolen. Das wird kommunikativ immer mehr von Bedeutung. Die multikulturelle Zusammensetzung der Region ist eine der Tugenden.

*Eberhard Schmitt ist der Kommunikationsmann hinter der deutschen Kohle. Das „Grubengold“ gehört zu NRW wie das Meer zu Schleswig-Holstein*

**Die Frage ist, ob die typische „Symbiose der Systeme“ die Ordnung von gestern ist oder die von morgen.**

Auf jeden Fall ist es eine andere Ordnung und auch eine andere Kultur als zu Zeiten der Bonner Republik. Die Region ist nicht stehen geblieben, im Gegenteil. Strukturwandel und ihre Polyzentralität begünstigen ja eher eine Technologie- und Wissensgesellschaft. Die Umnutzung alter Strukturen in neue Funktionen hat beispielhaft mit der Internationalen Bauausstellung begonnen, und das Weltkulturerbe Zollverein mit seinem Design-Zentrum steht ja symbolisch hierfür. Was jetzt passieren muss, ist die Überwindung regionaler Fesseln und politischer Kurzichtigkeiten. Hier sind aber vor allem Technik, Kultur und Wirtschaft und die kommunikativen Vernetzungen dieser Systeme die entscheidenden Treiber und weniger alte politische Systeme, die manchmal bremsend wirken.

**Wird Essen deshalb „Kulturhauptstadt Europas“?**

Ein gutes Beispiel. Hier ist es gelungen, diese Interessen von Kultur, Wirtschaft und Region offensiv zu nutzen und zielgerichtet einzusetzen. Hier wurde viel Power mobilisiert, und objektiv ist das Spurrangebot dieser Region sicherlich und vor allem das Management, das an Rhein und Ruhr steht voll hinter dieser Entwicklung.

**Kräfte zu mobilisieren, ist die eine Sache, Entscheidungen zu treffen, eine andere. Was sagen Sie jenen, die konstatieren, die „Macht“ im Lande sei jetzt in Berlin zuhause?**

Natürlich ist die politische Macht in Berlin. Berlin ist auch Bühne und zunehmend hochperformant. NRW wird aber zur kulturell-wirtschaftlichen Metropolregion werden können, die den europäischen Akzent erhält, den Berlin gerade seines Hauptstadtgehabes und Bühnencharakters nicht haben kann und vielleicht auch nicht haben will. NRW steht allerdings an einem Scheideweg. Die Chancen, diese westeuropäische Metropolregion zu werden, müssen insbesondere regionalpolitisch unterstützt werden. Und das unbürokratisch. Da ist noch viel zu tun.

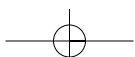
**Welchen Fehler darf ein Kommunikationsmensch – ob aus Bayern oder Bremen – in NRW nicht machen?**

Gemeinsamkeiten unterschätzen. Der konsensuelle Ausgleich zwischen Industrie und Arbeitnehmern war immer auch eine Chance im internationalen Wettbewerb. Dies ist in NRW immer noch stark ausgeprägt und kann auch in einem verschärften, globalen Wettbewerb durchaus von Vorteil sein. Und: Man sollte nicht zu viel von Werder oder Bayern schwärmen...

**Zurück zur Kohle: Die RAG bekennt sich als global agierendes Unternehmen zum Ruhrgebiet. Zuletzt wurde allerdings spekuliert, die Bergbau-Sparte könnte bei einem Börsengang infrage gestellt werden...**

Auch für die Kohle wäre ein Börsengang mit Chancen verbunden. Wir blieben ein wichtiger Teil des Konzerns, der sich weiterentwickeln könnte. Das Energieland Europas, NRW, würde sicherlich davon profitieren.

**Interview: Sebastian Vesper**



# Richtig netzwerken

Von Christian Gerhardus

**E**s stimmt schon: NRW ist etwas Besonderes. Nicht nur, dass es sich um das Bundesland mit der höchsten Unternehmensdichte handelt. Nein, vielmehr vermischen sich hier Hunderte von Netzwerken und Subsystemen unterschiedlichster Beziehungsqualitäten, Kompetenzgrade und Interessen miteinander. Jeder kennt jeden – oder sollte jeden kennen. Denn alle agieren gleichzeitig: teilweise parallel, teilweise in Kooperation, manchmal auch gegeneinander.

Die Bandbreite ist maximal: Da ist das mittelständische Unternehmen aus dem Münsterland, das klein aber stark in seinem Segment auf dem deutschen bis europäischen Markt agiert. Daneben – in den „Zentren der Macht“ Köln, Düsseldorf oder Ruhrgebiet – die Hauptquartiere der Energieriesen, der Autohersteller und Handelskonzerne. Ihr Blick zielt auf den Weltmarkt, ist geprägt von Börsennotierung, internationalem Wettbewerb und unterschiedlichen Kulturen. Dazwischen Verbände, Agenturen, Medien, Interessenvertreter – praktisch alles von klein und lokal bis groß und international.

Für den professionellen Kommunikator ergibt das eine ganz besondere Situation: Er läuft nicht auf dem Trumpelpfad zum Netzwerk-Erfolg.

Nichts und niemand in NRW ist unwichtig. Besagter Mittelständler aus dem Münsterland kann aufgrund hoher Verflechtungsdichte ein ganz wichtiger Knotenpunkt im Netzwerk sein, die vermeintlich „große Nummer“ aus dem Konzern dagegen ein Blindgänger mit geringer Relevanz.

„Man ist halt nicht in Berlin“, sagte mir letztes ein Kollege und meinte: Hier läuft nicht alles auf ein Ziel zu. Die Themen, die Positionen sind nicht per se verteilt. Die Strukturen von NRW sind unterschiedlich und wechseln. Zum Erfolg muss man sie alle kennen und alle beobachten.

NRW ist wie kein anderes Bundesland dem Wandel unterworfen: Konversion, Strukturwandel und Internationalisierung bestimmen die Entwicklung. Der Wegzug der Verbände und politischen Gremien aus Bonn hat Spuren hinterlassen. Und natürlich der Wandel im Ruhrgebiet – noch längst nicht abgeschlossen und gerade jetzt wieder von der wirtschaftlichen Gesamtsituation Deutschlands geprägt. All dies befindet sich in ständiger Bewegung. Das Ziel der Reise ist noch nicht abzusehen.

Als Folge sind NRWs Akteure auch in einer anderen Art und Weise flexibel, kreativ und offen für Neues als sonstwo in der Republik. Kontakte und kontinuierliche Vernetzung, die seismographische Vorahnung von Ent-

wicklungen – all dies prägt das Geschäft. Man spricht viel, man lernt viele Menschen kennen. Erst die Vielzahl der Kontakte gibt einem den neutraleren Blick auf das Ganze. Doch unhinterfragtes Networking, unendliches „Sich-auf-abendlichen-Veranstaltungen-herumtreiben-und-Visitenkarten-verteilen“ funktioniert auch in NRW nicht. Gerade hier gibt es viele Kolleginnen und Kollegen, die beim Angebot eines weiteren Abendlichen Get-together nur müde abwinken: „Nein, bitte nicht noch ein Networking-Event. Ich hatte diese Woche schon drei.“ Zuviel Vernetzung schafft Overkill und Überdrüssigkeit.

Was also tun als Kommunikator in NRW? Geht der Trend zu elitären Zirkeln? Raus aus der Masse, rein in die Gold Lounge und mit der Elite schnacken? Bedingt.

Sicherlich bestehen auch in NRW bessere und schlechtere Netzwerkpunkte. Doch ist es mit ihrer Klassifizierung allein nicht getan. Beispiel: „Seite Eins – Meinungsmacher im Dialog“. Auch wenn nach zwei Events noch nicht alles perfekt ist – die gemeinsame Veranstaltungsreihe von Gesellschaft PR-Agenturen und Pressesprecherverband in NRW, die eingeschlagen. Doch heißt das auch gleich, dass „Seite Eins“ für immer und ewig ein „Gold-Knotenpunkt“ in Netzwerk NRW ist? Im Augenblick ist es das, und die Veranstaltungsreihe hat sicherlich noch einiges vor sich. Doch muss auch ein solcher Event sich immer wieder neu erfinden. Wiederholung führt zu Abnutzung, zu Stillstand. Institutionalisation von Ideen – das geht kaum.

Ebenso ist es mit Networking in NRW: Es muss kreativ sein. Alle Aspekte des Netzwerks – horizontal, vertikal, die Tiefe – muss der Kommunikator erkennen und bedenken. NRW ist zu vielfältig für „Out-of-the-box“-Lösungen. Sich in ein Netzwerk einzubringen, sich in ihm zu bewegen und es zu nutzen – das bedarf der Kreativität. Aktiver oder passiver Netzwerker? Die Frage nach der eigenen Art, nach dem Typ und wie man sich in einem Netzwerk positioniert ist wichtig. Sich immer wieder neu erfinden und erweitern, den Blick über den Tellerrand wagen. Manchmal auch rar machen. Auch das zählt in NRW, vielleicht noch mehr als anderswo.

**W**er im „Klüngel“ stecken bleibt, wer „rheinische Mentalität“ falsch versteht und für einen Sumpf hält, der ist kein guter Netzwerker und hat das „System NRW“ nicht verstanden. NRW – das ist eher eine „Lehrwerkstatt für Vernetzung“. Es spiegelt den immer schnelleren Wandel der Weltwirtschaft als Mikrokosmos wieder. Denn hier hat man alles, aber auf engstem Raum. Das Lokale und das Globale. Internationale Konzerne und Mittelständler mit starker Hausmacht. Wirtschaftliche Flauten und neue Trends. Alles läuft gleichzeitig und alles muss berücksichtigt werden. – NRW also als Feldversuch für die ganz große Entwicklung? Sicherlich in Teilen. In jedem Fall sehr spannend.

*Der Autor ist Leiter Presse der Hochtief AG und Landessprecher NRW im Bundesverband deutscher Pressesprecher ([www.seite-eins-nrw.de](http://www.seite-eins-nrw.de))*

**Wer im „Klüngel“ stecken bleibt, hat das „System NRW“ nicht verstanden. Es ist eher eine Lehrwerkstatt für Vernetzung**

# Von Hochöfen und Hochkultur

Trotz aller Unterschiede: Der Blick von Berlin nach NRW offenbart Gemeinsamkeiten. **Von Christina Marx**

Um es gleich vorweg zu sagen: Jeder Versuch eines Vergleichs hinkt. Nordrhein-Westfalen und Berlin sind grundverschieden. Da stehen allein 18 Millionen Menschen an Rhein und Ruhr rund 3,4 Millionen an der Spree gegenüber. Was der Bonner als sozialen Brennpunkt bezeichnet, bewundert der Berliner als gehobene Mittelklasse. Da ist NRW, das Land von Kohle und Stahl. Und Berlin, die moderne Metropole, die eine Menge zu bieten, aber eins nicht hat: Kohle.

Dennoch, bei genauerem Hinsehen, stellt man fest: Es gibt, allen Unterschieden zum Trotz, erstaunliche Gemeinsamkeiten und handfeste Verbindungen.

NRW will weg von seinem verstaubten Image. Man spricht vom Strukturwandel. Wer die NRW-Landesvertretung in Berlin betritt, weiß, was gemeint ist. Der Neubau mit seiner parabelförmigen Rautenfassade aus Holz, Stahl und Glas strahlt Moderne aus.

Hochtechnologie statt Hochöfen, lautet die Parole. Und Hochkultur. Man gibt sich welttoffen. Aus Zechen werden „Kathedralen der Industriekultur“. Während sich die „Megacity Ruhrgebiet“ mit Essen an der Spitze anschickt, den europäischen Kulturolymp zu besteigen, entlocken derlei Anstrengungen dem Berliner nur ein mildes Lächeln, wird die deutsche Kapitale doch längst schon in einem Atemzug genannt mit London, Paris oder sogar New York. Die Emmy-dekorierte Erfolgsserie „Berlin, Berlin“ mit Lolle als sympathischer Botschafterin prägt nicht unwesentlich das (Außen-) Bild vom jugendlich-verrückten Berlin. Da kommt die Doku-Soap „Abnehmen in Essen“ über fünf übergewichtige Damen eher hausbacken daher. Aber für einen Grimme-Preis hat es auch hier gereicht. Immerhin.

Wirtschaftlich gesehen hingegen fallen für Berlin nur Brosamen ab. Die mächtigen, in NRW ansässigen Konzerne schicken meist nur ihre Lobbyisten vor. Allenfalls mit seinem Speckgürtel fängt Berlin Mäuse. Keine grauen versteht sich, denn auf Glanz und Glamour versteht sich die Hauptstadt ganz hervorragend.

Das Klischee von NRW hingegen ist geprägt von den drei berühmten „Ks“: Kirche, Klüngel, Karneval. Was die Kirche angeht, nun, da haben die Berliner schon vor der Wende großzügig ihren Bischof Joachim Meissner den Kölnern als Kardinal abgetreten. Der freut sich seither, statt dem ärmsten nunmehr dem reichsten Bischof vorzustehen, während die Mehrzahl seiner Schäfchen rätselt, wie sie den Ossi wieder loswerden können. Selbst die sprichwörtliche rheinländische Toleranz kennt eben Grenzen.

Auch in Berlin kennt man den Klüngel. Allerdings spricht hier man eher von Affären. Man hat es in der preußischen Metropole schlichtweg versäumt, einen ähnlich nonchalanten Begriff für noch so große Saureien zu erfinden. „Klüngel“ klingt irgendwie nach rheinischem Understatement und lässt auch jede noch so große Durchtriebenheit harmlos erscheinen.

Beim Essen hingegen gibt man sich weniger bescheiden. Den „Halven Hahn“ aus Westdeutschland kann man getrost als kulinarische Hochstapelei abtun, handelt es sich doch keineswegs um ein halbes Hähnchen, wie man vermuten würde, sondern ein rödeliges, ein Stück Holländer Käse und ein Röggelchen (berlinisch: Schrippe). Im Stammland dieser Eigentümlichkeit wird der geplagte Köbes (hochdeutsch: Kellner) schnell zum Krisenmanager, wenn der „Immi“ (Zugereiste) das Käsebrötchen wutentbrannt als Bauernfängerei verflucht. Das Berliner Pendant dagegen, die Currywurst, meist wenig geschmackvoll, dafür aber ehrlich, sorgt da weniger für Missverständnisse.

Siehe noch der Karneval. Der hat sich – aus Sicht von NRW – zu einem regelrechten Exportschlager entwickelt. Untergräbt also der rheinische Frohsinn die Berliner Partykultur? Wohl kaum. In Berlin als Melting Pot kultureller Strömungen darf eben auch das Brauchtum nicht fehlen. Umgekehrt ist im rheinischen Karneval der „Berliner“ in aller Munde, wenn auch nur als Traditionsgebäck aus Brandteig, mit Marmelade gefüllt. Eine süße Hommage an die Hauptstadt.

Nun wird in NRW gewählt. Der eine mag der bevorstehenden Wahl mit freudiger Erwartung, der andere eher mit besorgter Anspannung entgegensehen. „Die Zukunft gewinnen – Das Herz nicht verlieren“ lautet ein SPD-Slogan. Da schüttelt der Berliner den Kopf. Gibt es denn etwas Schöneres als gerade sein Herz zu verlieren? Und dann noch an die eigene Stadt?

„Chancen des langen Lebens“ heißt es weiter im Wahlprogramm. Was an die Adresse des älteren Bürgers gerichtet ist, passt auch auf die Politik selbst. So mancher Politiker aus NRW hat die Chance des Lebens für sich selbst zu erkennen geglaubt und den Sprung von der Landes- in die Bundespolitik gewagt. Ein Stück gelebter Verbundenheit zwischen Düsseldorf und Berlin. Politisch gesehen.

Die Autorin ist Geschäftsführende Gesellschafterin von Rugo Kommunikation in Bonn und Berlin



**Testsieger:** Berlins Currywurst (unten) produziert weniger Missverständnisse