

„In der Großstadt zu sitzen, ist eher ein Nachteil“

Heckmann Unternehmenskommunikation: „Heimische Betriebe sollten selbstbewusster auftreten“

Wenn vom „ländlichen Raum“ die Rede ist, schwingt oft ein Unterton von „benachteiligt“ mit. Jens Heckmann sieht das anders: Er arbeitet für Unternehmen in Ballungsräumen wie für solche auf dem flachen Land, und nach seiner Erfahrung ist es vielfach eher ein Nachteil, in der Großstadt zu sitzen. Aber: „Das ist eine Image-Frage. Viele Unternehmen machen sich selbst klein, weil sie auf dem Land ansässig sind und nicht zum Beispiel in Hannover.“ Die Heckmann

Marketingstrategen und eigene Presseleute. Und sie werden – verständlicherweise – ohnehin eher von der Politik unterstützt. Der einzelne Mittelständler hat keine PR-Abteilung und ist oft genug schon froh, wenn er die wachsenden behördlichen Anforderungen und den zunehmenden Verwaltungsaufwand bewältigen kann.“

Vor diesem Hintergrund wechselte Heckmann schließlich, wie er sagt, „auf die andere Seite des Schreibtischs“: Fünf Jahre lang leitete er die PR-

Offenbar mit Erfolg: Heckmann Unternehmenskommunikation hat sich in weniger als einem Jahr einen guten Ruf erworben. Kunden sind in erster Linie Unternehmen ohne eigene PR-Abteilung oder solche mit Niederlassungen, aber nur einer Marketingabteilung in der Zentrale. Anstatt ganze Bereiche dauerhaft abzugeben, nutzen viele Unternehmen Profis für bestimmte Aufgaben. „Das gilt dann auch für Öffentlichkeitsarbeit. In diesem Bereich unterstütze ich beispielsweise

gerade bei diesen Stellen sehr darauf an, eine Information sachlich-fachlich korrekt zu transportieren. Andererseits aber sollte die Information interessant aufbereitet sein, damit sie die Zielgruppe auch wahrnimmt.“

Breiten Raum nimmt für die Heckmann Unternehmenskommunikation auch Netzwerkarbeit ein. Dank moderner Kommunikationswege sei es technisch meist nebensächlich, ob ein Unternehmen in einer Großstadt oder im ländlichen Raum sitze. „Aber noch immer werten sich die Unternehmen und die Kommunen, –anlassbezogen, etwa wenn es um ein bestimmtes Produkt, ein Projekt oder ein Jubiläum geht – oder mehr oder weniger dauerhaft.“ Auch Häuser für Öffentlichkeitsarbeit greifen auf die Steimbker Firma zurück; „beispielsweise wenn es um Ideen geht oder weil ich ‚dichter dran‘ bin“.

Günstigere Gewerbeflächen und eine in der Regel deutlich flexiblere Verwaltung sprechen ebenfalls für das Land, und so gebe es in ländlichen Regionen inzwischen hoch interessante Unternehmen, auch aus so genannten High-tech-Branchen. Diese häufig noch jüngeren Betriebe mit potenziellen Partnern aus anderen Regionen und Branchen zusammenzubringen, sei ein wichtiger Teilbereich seiner Arbeit. „Einfach mal miteinander reden“, sagt Jens Heckmann, „Oft bringt das auf ganz kurzem Weg ungeahnte Ergebnisse.“



Unternehmenskommunikation sitzt selbst auf dem Land: Die Firma hat sich im Kompetenzzentrum Mitte in Steimbke angesiedelt.

Jens Heckmann ist von Haus aus Redakteur, arbeitete viele Jahre bei Tageszeitungen in Rotenburg, Bernburg und Nienburg. Lieblingsthema war immer die Wirtschaft: „Im Grunde ist alles Wirtschaft. Alles hängt an den Unternehmen. Die Unternehmen schaffen die Arbeitsplätze und zahlen Steuern. Ohne Wirtschaft keine Verwaltung. Ohne Wirtschaft keine Straßenbeleuchtung, kein Theater, keine Busverbindung, kein gar nichts.“ Doch was ihn schon zu Redakteurszeiten geärgert hat: „Die richtigen Großen haben eigene Mar-

Abteilung eines größeren Mittelständlers. Dann folgte der Schritt in die Selbstständigkeit: „Ich weiß, nach welchen Prämissen die Kollegen in den Redaktionen arbeiten, und ich kenne auch die Strukturen und Zwänge von Politik und Verwaltung inzwischen wohl recht gut. Ich berate Betriebe, halbstaatliche Unternehmen, aber auch Vereine und Verwaltungen und entwickle für sie und mit ihnen PR-Konzepte. Wenn man's etwas abgehobener formulieren möchte, könnte man sagen: Ich helfe, spezielle Themen in die Erlebniswelt des ‚Normalbürgers‘ zu integrieren.“ Steuerliche Neuerungen aus Sicht der Finanzverwaltung beispielsweise oder Innovationen in der Wärmedämmung.

fentlichkeitsarbeit erreichen, und wen will er ansprechen? Welche Instrumente gibt es und wie setzen wir die ein?“ Diese Möglichkeiten würden auch halbstaatliche Unternehmen und Behörden verstärkt nutzen: „Einerseits kommt es

Heckmann

Unternehmenskommunikation

Kompetenzzentrum Mitte | Steimbke

Tel. 0 50 26 - 9 02 36 10 | Mobil 01 74 - 1 60 57 94
 info@heckmannucom.com | www.heckmannucom.com