

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 111 (1985)  
**Heft:** 39  
  
**Rubrik:** Basler Bilderbogen

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 24.04.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Öffentliche Beziehungen ...

In Basel, liebe Freunde, ist das von alters her so: Beziehungen jeder Art hat man, aber sie gehören nicht an die Öffentlichkeit. Verschwiegenheit ist eine Tugend des Baslers, die nur noch von seiner Sparsamkeit übertroffen wird. Das gilt auch für den Fall, dass er – was tatsächlich mitunter vorkommt! – etwas Gutes tut. Für gewöhnlich tut ein Basler zwar

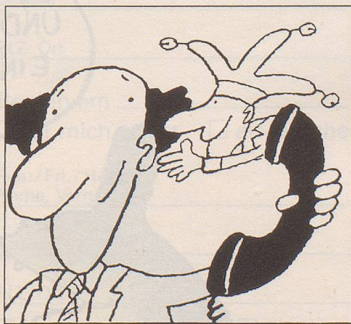
**Von Hanns U. Christen**

nur dann etwas Gutes, wenn's rentiert. Er kauft zum Beispiel hemmungslos einem jungen Maler ein Bild für 200 Franken ab, wenn die begründete Aussicht besteht, dass es in einem Jahrzehnt 15000 Franken wert ist. Neben diesem Normalfall gibt's aber Fälle, in denen Basler wirklich Gutes ohne finanzielle Nebenabsichten tun. Wenn sie echte Basler sind, sorgen sie dann dafür, dass niemand es erfährt.

Man kann sich vorstellen, welcher Aufruhr in Basel entstand, als von Amerika her das in die Stadt eindrang, was dort «PR» genannt wird – gesprochen Piii Aaar. Ausgeschrieben: Public Relations. Was bedeutet: «Tu etwas Gutes oder leiste etwas Rechtes – und sprich dann lebhaft davon!» Am Anfang gab das in Basel natürlich Schwierigkeiten. Da feierte zum Beispiel eine grosse Firma ein Jubiläum, und ich bekam von meiner Zeitung den Auftrag, ausgiebig darüber zu schreiben. Ich interviewte die obersten Bosse, vertiefte mich in die Firmengeschichte, besuchte Betriebe und füllte damit drei Zeitungsseiten. Unter anderem besuchte ich auch den PR-Chef. Der öffnete eine Schublade und holte ein Goldstück heraus. Das zeigte er mir und sagte: «Sehen Sie, das bekommt beim Jubiläum jeder, der mit der Firma etwas zu tun hat. Als Souvenir.» Dann legte er das Goldstück wieder in die Schublade. Und das war's dann. Ein unvergessliches Erlebnis für mich.

Inzwischen hat man auch in Basel gelernt, was PR wirklich ist. Wenn auch in eher bescheidenem Ausmass. Wenn's aber um richtige PR geht, dann muss ich Deutschland loben. Ich habe dort geradezu Musterbeispiele erlebt.

Da gibt es einen Mann namens Charles-Hubert Bodet. Der hat die scheinbar nicht beneidenswerte Aufgabe, das Fürstentum Monaco beliebt zu machen. Jedermann weiss: Dort hat's Spielhöllen, alles ist sauteuer und drum nur ein Tummelplatz von Superreichen und von denen, die ihnen das Geld aus der Tasche saugen, inbegriffen jene Damen, bei deren Tätigkeit die meisten Superreichen gar keine Kleidungsstücke mit Taschen tragen. Charles-Hubert Bodet war kürzlich auch in Basel und berichtete von Monaco, wie's dort wirklich zugeht. Dass der ganz normale Tourist in Monaco einen Abend lang essen, trinken, tanzen und eine Show geniessen kann – und das kostet zusammen nicht so viel, wie er allein fürs Essen in einer Schweizer Dreisternbeiz hinlegen müsste. Er schilderte, dass kein Liter Abwasser in Monaco ungeklärt ins Meer fliesst, dass man normal gekleidet herumlaufen kann, wie's einem beliebt, und dass es in den Restaurants Mahlzeiten samt Getränken für 15 Schweizer Franken gibt, dass es von Sehenswürdigkeiten und kulturellen Anlässen wimmelt (mit Ferienpass verbilligt zu besuchen), dass die Eisenbahn unterirdisch geführt und die Autostrasse bergwärts verlegt wurde, so dass einen kein Verkehrslärm stört, und dass man von Nizza aus per Helikopter nach Monaco fliegt – gratis. Das erzählte Charles-Hubert Bodet knapp und ohne Chichi, beant-



**Nebelspalter  
Witz-Telefon  
01 55 83 83**

wortete jede Frage kurz und glaubwürdig. Ich muss sagen: ein Beispiel von bester PR. Man sollte die meisten Schweizer PR-Leute zu ihm in die Lehre schicken. Ich schrieb mit Freude einen Artikel. Leider ist er bisher (seit Anfang Juni) nicht erschienen. Was tat Ch.-H. Bodet? Schrieb er mir einen bösen Brief? Mitnichten. Er schickte mir einen Strauss Rosen. So tut das ein guter PR-Mann.

Dann gibt's die Marieluise Murphy. Sie wohnt in Baden-Baden und hat dort mit ausgezeichneten Ideen das Kulturleben bereichert, unter anderem mit kulinarisch-literarischen Nachtessen, zu denen die Agnes Amberg ebenso kam wie der Cédric Dumont, zum Beispiel. Schon damit hat sie das Renommee von Baden-Baden auf ein ganz anderes Pflaster gestellt. Nicht nur Kurbetrieb und Spielbank. Sie tut aber noch etwas sehr Wertvolles auf eigene Rechnung, das den Namen Baden-Baden mit Sympathien umwebt. Sie versorgt die wichtigsten Journalisten mit Kopien von Artikeln aus der deutschen Presse, die ihre Spezialgebiete betreffen, aber ohne Marieluisens Tätigkeit ungelesen blieben. Was allein ich der Marieluise an brauchbarem Nachrichtstoff verdanke, füllt ein Dossier und gab mir Unterlagen für Stösse von Artikeln. Wenn ich Baden-Baden höre, denke ich sofort an Marieluise und ihr Wirken, und drum höre ich das Wort Baden-Baden gern. Das ist PR in bester Form.

Dann habe ich dieser Tage kennengelernt: Marina Colbatzky. Das ist eine junge Frau, in deren Händen die Presseabteilung der Steigenberger-Hotelkette liegt. Die Hände sind nicht unbelastet, weil nämlich Marina aus einer Familie stammt, die mit Zeitungen sehr viel zu tun hatte. Mit 14 Jahren, als andere Mädchen Filmstars, Seiltänzerinnen und/oder Edelkurtisanen werden wollten, sagte Marina: «Ich werde Journalistin!» Heute schreibt sie gescheite Berichte für die Publikationen der Kette und betreut die Presseleute, die mit den Steigenberger-Hotels in 25 Orten zu tun haben.

Ich habe erlebt, wie sie das tut. Mit Kopf, Charme und Können. Wenn sie einem die Unterlagen in die Hand drückt, die auf schwerem Kunstdruckpapier gedruckt sind, so tut sie die nicht in irgendeinen Umschlag, den man dann mit der dritten Hand trägt, weil man seine Hände Nr. 1 und Nr. 2 für Block und Bleistift benötigt. Welcher Journalist aber hat drei Hände? Nein: Die Marina gibt einem das schwerwiegende Material in einer federleichten Tasche zum Anhängen. Worauf zwei Hände genügen. Wenn man sie bittet, einem eine komplette Liste aller Namen zu verschaffen – was tut sie? Sie vergisst die Liste nicht oder gibt den Auftrag weiter. Nein. Die Marina setzt sich hin und schreibt sie. Von Hand, aber leserlich. Hat man einen ausgefallenen (aber ehrenwerten) Wunsch – schon ist er erfüllt. Die Marina wäre für mich die ideale Mitarbeiterin und Hilfe. Ich würde sie gerne den Steigenbergers ausspannen. Ich habe nur das Gefühl, dass sie dort mindestens dreimal mehr bekommt, wie ich verdiene. Und sie bekommt's nicht nur. Sie verdient es auch ...

Also, wenn Sie, liebe Freunde, sich für richtige PR interessieren: Das sind so drei Adressen ...



Kurse für jeden Anspruch in Bournemouth, England.

**RICHARD  
LANGUAGE  
COLLEGE**

Für Unterlagen – Frau U. Ellis, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 825 47 17