

Kein netter alter Mann

«Life goes on in den Goldenen Jahren und – sofern die Gesundheit mitspielt – sogar noch viel intensiver». Diesem Motto geht Anton Glanzmann gezielt nach. Er hat die Entwicklung der Schweizer PR der letzten 50 Jahre mittendrin erlebt und diese ein Stück weit auch mitgeprägt.





Fotos: Ursina Maurer

Anton Glanzmann hat in den Räumlichkeiten der PRW Public Relations + Werbe AG einige seiner Plakat-Sujets aufgehängt. Dazu gehören die links stehenden Kampagnen zur Unfallverhütung sowie ein Bild des Verwaltungsrates der Pilatusbahn in Originalkostümen zur 100-Jahre Jubiläumsfeier.

die PR-Branche ist Anton Glanzmann «eigentlich eher reingerutscht», wie er sagt. Seither habe diese Arbeit ihn aber nicht mehr losgelassen. Das Schöne an der PR-Arbeit sei, dass man Einblicke gewinnt in so gut wie jeden Wirtschaftszweig und eben auch jede andere Branche. «Es gibt nichts, was ich nicht gemacht habe – fragen Sie mich», bekräftigt er herausfordernd.

Nach 50 Jahren PR-Tätigkeit startet Anton Glanzmann nun schon wieder durch. Diverse Projekte sind in der Pipeline. Eines davon steht kurz vor dem Launch – ein Facebook-ähnliches Online-Portal, dessen vierjährige Entwicklungsarbeit in den letzten sechs Monaten von Studierenden in Marketing und Kommunikation der Universität St. Gallen begleitet wurde. Viel mehr will der gewiefte PR-Mann dazu aber noch nicht verraten. Nur so viel: Es handelt sich um ein Fortsetzungsprojekt der von ihm lancierten Golden Years Master Card und hat in der ersten Entstehungsphase noch nicht so viel mit Facebook zu tun, erst mit dem Ausbau sollen neuartige Gesprächsforen entstehen. Auf Facebook ist Glanzmann zwar präsent, Ecken in seiner glatt abgerundeten Medienpräsenz finden sich aber auch hier keine. Denn Glanzmann ist ein Image-Profi, er weiss, wie die Medien funktionieren und hat auch sonst bereits in jeder Branche mitgemischt.

«Keine Verbote»

Entdeckt hat Glanzmann die Öffentlichkeitsarbeit, als er 1964 bei Knorr in die PR einstieg (Leitung Kochstudio, kulinarisches Informationszentrum). Dann ging aber alles sehr gezielt weiter. 1970 erhielt

er das Angebot für eine Stelle bei PRW, zehn Jahre später leitete er die Agentur, welche Unternehmens- und Politberatung betreibt. So mischte er in der Politik kräftig mit, seine Agentur PRW Public Relations + Werbe AG lancierte – während Jahren die Hausagentur der FDP – auch die «Trumpf Buur»-Inserate der «Aktion für freie Meinungsbildung», 1986 begann er das Spielbankenverbot zu bekämpfen, um nach gewonnener Volksabstimmung 1993 die Casinos in der Schweiz einzuführen. Mit besonderem Stolz erzählt er von der gewonnenen Volksabstimmung gegen ein Werbeverbot für Tabak und Alkohol mit dem schlichten, aber direkten Slogan «Keine Verbote». Aufsehen erregt hat er 1997 mit einem Ausbildungsprogramm für Verwaltungsräte auf Hochschulniveau. So reichte sein Netzwerk denn auch bis in die Spitze der chinesischen Regierung.

Mit seiner PRW hat Anton Glanzmann seinerzeit die Betty-Bossi-Kochbücher lanciert, in welchen er immer noch gerne blättert. Von der Nestlé-Baby-Food-Affäre spricht er noch heute mit einer solchen Überzeugung, dass er den Konzern – wie 1981 an der WHO – sogleich noch einmal verteidigen könnte. In der Tourismusbranche war Glanzmann im Destination Marketing tätig, beriet Tourismusorganisationen und Transportanlagen und betreute über 30 Jahre die Tourismusrepräsentanz der Regierung von Mauritius. Er hat den Club skifahrender Chefredaktoren ins Leben gerufen, war 20 Jahre Sekretär des Clubs kochender Journalisten, hat diverse PR-Branchenverbände präsiert und den Bund der PR-Agenturen BPPA gegründet. Nebenbei gehören auch sportliche Tätigkeiten wie Joggen, Biken in den Bergen, Berg-

wandern, Skifahren und Schneeschuhlaufen zu seinen Beschäftigungen. Als Präsident des Ski-Clubs Luzern engagiert er sich auch bereits über 10 Jahre im Sinne eines Social Commitment.

«Jeder will geliebt werden»

Anton Glanzmann ist nicht nur mit den Meinungsmachern und leitenden Persönlichkeiten bekannt und auch befreundet, er weiss auch sehr genau, wer er sein will und wie man ihn bitteschön auf keinen Fall wahrnehmen sollte. Denn schlussendlich sei jeder Mensch auch ein wenig eitel. Dies aus einem einfachen Grund: «Jeder will geliebt und daher auch so wahrgenommen werden, wie er sich selber sieht.» Wie Anton Glanzmann sich selber sieht? «Ich bin kein netter, alter Mann.» Vielmehr sei er energiegeladener und vorwärtsblickender, selten um Ideen oder Einfälle verlegen, und von Verboten statt Eigenverantwortung hält er nicht viel. Anton Glanzmann ist immer noch von einer nicht enden wollenden Energie getrieben, etwas bewegen zu wollen. Aber nett – nein, nett sei er nicht. Auch wenn er auf den ersten Blick so aussieht. Dahinter stecken jedoch eine gehörige Portion Aufmerksamkeit, Geschäftssinn und Neugier. Anton Glanzmann weiss genau, was er will, und geht diesen Weg strikt und ohne Zögern, aber doch meist stringent authentisch. Dabei habe er aber nicht gerade eine dicke Haut, fügt er an. So könnte er mit Negativ-Presse, Kritik ohne konstruktiven Ansatz und unfairen Angriffen überhaupt nicht gut umgehen, gibt er zu. Viel lieber konzentriert er sich auf neue Projekte und positive Reaktionen. Und davon gibt es mehr als genug.

Ursina Maurer

