



2008/28 Homestory

<https://shop.jungle.world/artikel/2008/28/home-story>

Home Story

<none>

Die Arbeit von Friedhofsgärtnern wird von der Öffentlichkeit nur selten gewürdigt. Und so ist es auch kaum verwunderlich, dass der Bundesverband der Friedhofsgärtner (BdF) sich zwecks mehr Medienpräsenz an eine Werbeagentur wandte. So weit, so gut.

Warum diese Werbeagentur nun aber schon seit geraumer Zeit ausgerechnet das Sportressort der Jungle World mit Pressemeldungen aus der großen Welt der Friedhofsgärtnerei versorgt (»Sehr geehrte Redakteurinnen und Redakteure, anbei erhalten Sie eine Pressemitteilung des ›Bund deutscher Friedhofsgärtner‹ (BdF) zum Thema ›Bürgerorientierter Friedhof‹ mit zwei Bildern und Bildunterschriften«), wissen die Kreativen wohl nur ganz allein.

Auch der Hinweis, man könne sich unter einem speziellen Link aus diesem Newsletter austragen, ist wenig hilfreich, denn das Sportressort hat sich weder jemals in das Ding eingetragen noch käme es auf die Idee, auf irgendwelche Links eines Unternehmens, dessen Mitarbeiter erkennbar nicht nachdenken können, zu klicken.

Mit anderen Worten: Sehr geehrte Friedhofsgärtner-Promoter, der neueste Versuch mit einem an eine Presseerklärung des BdF angehängten Foto einer an einen Ball erinnernden Zementkugel inmitten eines Miniparks war zwar nicht schlecht, trotzdem bleibt es dabei: Sportressorts sind nicht der natürliche Adressat für die Belange der Friedhofsgärtnerei, niemals, never ever.

Und, nach Durchsicht Ihrer Kundenliste: Es würde sich auch nicht lohnen, den Jungle-Sport auf die Verteilerliste für die Verlautbarungen des Bundesverbandes Rolladen und Sonnenschutz, des Verteidigungsministeriums oder des Montanushofs Grevenbroich zu setzen. Wir würden nämlich auch deren Pressemitteilungen nicht veröffentlichen. Ganz ehrlich. Nicht einmal, wenn Fotos mit Bällen dabei wären.

Was aber ganz und gar nicht bedeutet, dass das Inland oder das Dossier mit Presseinformationen zu Detailfragen von Grabbepflanzungen auf dem Laufenden gehalten werden möchten. Und das für sämtliche Kulturfragen, außer eben »Grabkultur«, zuständige Feuilleton schon gar nicht. Das kümmert sich zwar prinzipiell gerne um Jugendkulturen, hat sich aber zum Abdruck des von den Friedhofsgärtner-Reklame-Machern verfassten Artikels über Nachwuchsgärtner (»Kernfragen des Artikels sind: 1. Was kann ein junger Friedhofsgärtner auf der L-Gartenschau lernen? 2. Was kann er selber an Ideen mitbringen und dort verwirklichen? 3. Was macht diese Großveranstaltung so attraktiv für ihn?«) nicht durchbringen können. Und das wird auch so bleiben.