

---

## Historie & Histörchen (37): Arthur Westrup und die Gegenwart

Von Peter Schwerdtmann, cen

Gute Ideen verschwinden selten, meist schlummern sie nur. Das gilt sogar für Ideen zu Pressearbeit. Von vielen Kollegen längst vergessen ist „auto press“, ein Pressedienst aus dem Hause NSU, entstanden in Zeiten, in denen die Neckarsulmer die Autowelt mit dem NSU Ro 80 und dem NSU K 70 verblüfften. Auch Werbe- und Pressechef Arthur Westrup ging damals andere Wege. Die gefielen später selbst den damals erkonservativen und eher bürokratisch begabten Wolfburgern so gut, dass die nicht nur den K 70 zum Volkswagen machten, sondern auch Arthur Westrup für einen Pressedienst mit dem Namen „auto press“ freie Hand ließen.

Westrup und sein Kollege Mundlos schaffte es, die übliche platte Produkt-PR zu unterlaufen und sogar zu überhöhen. Sie entwickelten große, meist aber kleinere Stücke, in denen sie Technik allgemein erläuterten, über die Jahreszeit sinnierten, Ratschläge für den Autofahrer gaben und manchmal einen Cartoon oder nur ein schönes Foto anboten, zum Beispiel als Allegorie auf den Frühling – meist mit einer Mischung aus Blumen, Mädels und einem Stück Volkswagen. Alle Aussagen zeugten von Kompetenz, die Schreibe von großem Können und von einem für die Szene gänzlich untypischen Humor. Die Marke fand dabei oft nur ganz verschämt am Rand statt.

Was sie erreichten? Sogar so etwas wie Vorfreude. Wenn der hellblaue Umschlag aus der Post ragte, wusste ich als Autoredakteur einer Tageszeitung, sein Inhalt würde mich amüsieren. Und ich fand meist auch einen Platz auf der Seite für eine der auto press-Preziosen.

Als das NSU-Team bei auto press ausstieg, wurden die Hinweise auf die Marke zunehmend platter. So verglühete ein Stern, weil das Marketing ihm zu nahe kam. Redakteure fanden kaum noch einen Unterschied zwischen der normalen und lauten Produkt-PR und auto press. Auch ein Reanimationsversuch blieb ohne Erfolg. Den Kollegen war die Botschaft zu offensichtlich und der Stil zu normal.

Arthur Westrup hat das getroffen, schrieb er mir in einem Brief Anfang der 90-er Jahre. Er hatte erkannt, dass ich mit einem eigenen Pressedienst seinen Ansatz total kopierte und das ausgerechnet mit Themen, die nun wirklich nicht jedermann auf den Nägeln brannten: die Batterie an sich und die Gastronomie. Über die Batterietechnik schrieb unsere weibliche Mitarbeiterin Inge Neur und mit den grundsätzlichen Dingen beider Bereiche befasste sich der unvergessene Dr. Rudi Mentär, alias Wolfgang Mielke. Westrup fand das gut, und wir waren stolz.

Auch heute hänge ich noch am Vorbild Westrup. In der Online-Nachrichtenagentur „Auto-Medienportal“ sprechen wir zwar auch Produkt-Sprache. Aber wir bemühen uns doch sehr, selbst platte Produktthemen – wenn sie relevant sind – so aufzubereiten, dass sie mühelos auf Nachrichtenseiten passen.

Mit dem „Car-Editors.Net“ bewegen wir uns wieder hin zur Westrup-Schule, allerdings in einer moderneren, der aktuellen Medienszene angepassten Form. Westrups Konzept konnte damals aufgehen, weil auto press das einzige Medium seiner Art war und jeder Redakteur wusste, was Arthur Westrup von ihm wollte. Das war ein Spiel zwischen zwei starken Partnern. Heute erleben wir im Zeichen sinkender Auflagen, schrumpfender Möglichkeiten bei den Printmedien und dem Hang vieler Internetportalen zu kostenlosen

---

Inhalten einen ungleichen Kampf um die Aufmerksamkeit der Redaktionen. Die Industrie sieht dieses Missverhältnis in vielen Fällen nicht nur als Short cut in die redaktionellen Inhalte. Die Guten bemühen sich darum, auch außerhalb von Pressemappen und eigenem Internetauftritt, journalistische Inhalte zu fördern.

Wir nutzen das und widmen uns Themen so gründlich wie möglich, auch ohne Berührungsängste gegenüber Marken, aber mit großer Unabhängigkeit. Und wir sind froh, dabei nicht stets einen bestimmten Hersteller im Hinterkopf haben zu müssen. Wir alle sind kompetente Autoren, manche sogar Edelfedern. Auch, wenn wir den Witz und die Sprachfeinheiten von Arthur Westrup noch nicht erreicht haben – wir bleiben dran.

Übrigens: Arthurs Westrup verstarb während der IAA 2009 im Alter von 96 Jahren. Das war die Woche, in der unsere Redaktion das „Auto-Medienportal“ startete. Im Nachhinein noch ist es mir peinlich, dass wir den Tod Westrups erst am 1. Oktober 2009 melden konnten. Auch wichtige Vorbilder können einem aus dem Blickfeld geraten. (ampnet/Sm)

---

## Bilder zum Artikel



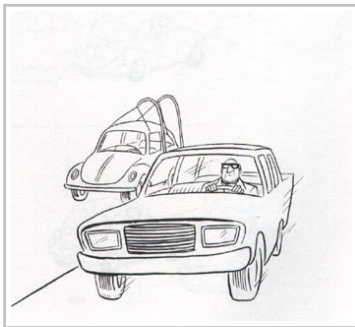
Image not readable or empty

/usr/www/users/autofu/media/images/Artikel/20091201//ampnet\_photo\_20091001\_001665.jpg

Arthur Westrup

Foto: Auto-Medienportal.Net/VdM

---



Käfer-Cartoon von Volker Ernstling.

Foto: Volker Ernstling

---



40 Jahre VW K70.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen

---



NSU Ro80.

Foto: Alexander Voigt

---