

## Das ärgert uns sehr

Ein Hörgerätehersteller kündigt ein neues Hörgerät an. Um eine Sensation soll es sich handeln. Um die erste Präsentation des neuen Geräts wird ein großes Geheimnis gemacht. In Videos und auf der Produktseite zeigt man nur einen schmalen Ausschnitt aus einem Foto des neuen Hörgeräts. So soll das Interesse vor allem der [Hörakustiker](#) geweckt werden. Es gilt, die Spannung bis zur Präsentation aufrecht zu erhalten.

Parallel dazu präsentiert das Unternehmen ausgewählten Hörakustikern in anderen Ländern das Gerät schon vorab.

Und was machen die ausgesuchten Eingeweihten? Sie fotografieren die neuen Hörgeräte was das Zeug hält und laden die Bilder bei hoergeraete-info.net, bei Instagram und bei Facebook hoch.

Als Journalisten freuen wir uns über diesen Informationsinput von Hörakustikern. Also berichten wir vorausschauend über das Kommende, zeigen Fotos und nennen erste technische Fakten.

Hoergeraete-info.net war die erste Seite im Netz überhaupt, die passable Fotos des neuen Produkts präsentieren konnte.

Die enormen Zugriffszahlen auf diesen Artikel bewiesen, wie hoch das Interesse war.

Doch dann ruft der Geschäftsführer dieses Hörgeräteherstellers bei uns an. Er spricht mit Peter Wilhelm und schildert seine Misere.

Lange habe man auf diese Präsentation, den sogenannten Launch, hingearbeitet. Es wäre so schade, wenn die ganzen Mühen der Geheimhaltung umsonst gewesen wären.

Das sehen wir ein. Wir wollten nur schnell und im Sinne unserer interessierten Leser berichten, aber niemandem die Show stehlen.

Deshalb kam am Telefon folgender Deal zustande:

Wir nehmen aus dem Artikel die technischen Fakten heraus und ersetzen die klaren Fotos durch verschwommene Bilder.

Dadurch bleibt die Spannung auf das neue Produkt erhalten und wir machen niemandem die Vorfreude kaputt.

Als Gegenleistung sicherte der Geschäftsführer des Hörgeräteherstellers zu, unserer Chefredakteur Peter Wilhelm direkt am Tag nach dem Produktlaunch anzurufen und ihm exklusiv technische Details zu nennen und Fragen zu beantworten. Außerdem versprach er, dass wir die Geräte zeitnah ausprobieren und testen können.

Tja, und was geschah?

Mit viel Tamtam wurde das neue Hörgerät als Designrevolution gelauncht.

Statt des versprochenen Anrufs bekamen wir eine Mail von der Marketingabteilung mit einem Link zu online verfügbaren Daten.

Und Testgeräte hat es auch keine gegeben. Anfrage über das Netz blieben unbeantwortet.

So etwas ärgert uns sehr.

Versprechen und Zusagen sollte man einhalten.

Aber hier wurden wir einfach nur benutzt und die Zusagen wurden nicht eingehalten. Sehr schade.

Bißchen unfair ist das schon.

Bild: [TheDigitalArtist](#) / Pixabay