

PM-International AG - Ein Beispiel für gute PR

12.05.2009, 17:26 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *OBTAINER MEDIA LIMITED*

Presseagentur: *OBTAINER MEDIA*



Ein schönes Beispiel dafür, wie eine offene Kommunikation zwischen Network-Marketing-Unternehmen und der Presse dazu beiträgt, Fehlinformationen der Verbraucher zu verhindern und branchenschädliche Gerüchte im Keim zu ersticken, lieferte die bekannte deutsche MLM-Firma PM-International AG am heutigen Tage. Gestern war der OBTAINER-Redaktion die E-Mail eines Verfassers zugespielt worden, der sich hinter dem Pseudonym „Branchenkenner“ verbarg.

Der anonyme Absender schrieb unter dem Betreff „Einstweilige Verfügung des LG Hamburg gegen PM-International“ und unterzeichnete mit „Ein Freund der Branche“. Die E-Mail begann mit den aufschlussreichen Worten „Ich habe aus sicherer Quelle gehört...“ und behauptete, dass das Landgericht Hamburg einen Großteil der Aussagen, die PM zum „Nährstoff-Transport-Concept“ (NTC) macht, verboten habe.

Natürlich wandten wir uns, wie wir es immer getan haben, tun und tun werden, zunächst an die angegriffene MLM-Company und baten dort um eine Stellungnahme. Doch im Gegensatz zu anderen Firmen, die uns in der Vergangenheit in dieser Situation mit schöner Regelmäßigkeit ignoriert haben und meinten, das Problem einfach „aussitzen“ zu können, handelte die PM AG schnell und professionell. Heute erhielten wir eine Stellungnahme der Vertriebsleitung für Deutschland, die wir hier in Auszügen wiedergeben:

„Wir bedauern, dass Sie und wir uns mit anonymen Schreiben auseinandersetzen müssen. Insbesondere, wenn diese, wie im vorliegenden Fall, wenig oder keine Wahrheit enthalten: Die in der E-Mail vom 7. Mai aufgestellten anonymen Behauptungen sind unzutreffend. Richtig ist, dass ein Wettbewerber beim LG Hamburg Aussagen zu unserem „Nährstoff-Transport-Concept“ beanstandet hat und versucht hat, eine einstweilige Verfügung zu erwirken. Diese wurde bereits in erster Instanz in weiten Teilen abgelehnt. ... Als Innovationsmarktführer in unserem Bereich sind wir Angriffe dieser Art im Übrigen gewohnt. Zu den Details:

Falsch ist die Behauptung, das Gericht habe die wissenschaftlichen Studien hierzu untersucht und sei zu dem Ergebnis gekommen, dass es für die Alleinstellungsmerkmale der PM-International Produkte keinen wissenschaftlichen Beweis gebe. Das Gegenteil ist richtig: Das Gericht hat auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse ausdrücklich klargestellt, dass wir mit der Bezeichnung „Nährstoff-Transport-Concept“ weiterhin und zulässigerweise werben dürfen. ... Im Übrigen ist das Gerichtsverfahren noch nicht abgeschlossen und wir sind sehr zuversichtlich, den Rechtsstreit zu

gewinnen.

Eine anonyme Information über ein laufendes Gerichtsverfahren halten wir für äußerst fragwürdig und nahe an der üblen Nachrede. Welche Gründe hat der Verfasser, anonym zu schreiben, wenn er vom Wahrheitsgehalt der E-Mail überzeugt ist? Unabhängig davon läuft gerade eine groß angelegte wissenschaftliche Studie über die Wirkungen unseres Konzeptes, dessen Ergebnisse wir in Kürze erwarten.“

Und es folgt noch eine längere Liste von „Health Claims“, die PM – unstrittig – auf jeden Fall verwenden darf. Darunter: „Bessere und schnellere Bioverfügbarkeit durch das exklusive Nährstoff-Transportkonzept (NTC)“, „Mit bis zu 10fach höherer Bioverfügbarkeit durch flüssige micellierte Form“ und „Die Fitline Produkte bringen die Nährstoffe genau dahin, wo sie wirken: zu unseren 70 Billionen Zellen und erreichen damit eine bessere Bioverfügbarkeit.“

Wir sehen: Eine adäquate, zügige Pressearbeit ist die beste Werbung! Für die betroffene MLM-Company, für die Verbraucher, für die Mitarbeiter und Distributoren – und für die gesamte Branche des Empfehlungsmarketings. Und da auch wir Journalisten, Reporter und Redakteure von guter PR-Arbeit seitens der Firmen profitieren, dürfen alle MLM-Unternehmen sich diese Vorgehensweise als „Empfehlung der OBTAINER-Redaktion“ zu Herzen nehmen.

www.obtainer-online.com/pm_international_ag%3A_ein_beispiel_fuer_gute_pr_3_314_DE.html

Portrait

Das im September 2006 gegründete Unternehmen OBTAINER MEDIA bietet ein kostenloses, digitales Fachmagazin rund um die Business Community des Direktvertriebes und des Network Marketing an. Als Informationsquelle und Ort der Meinungsbildung liegt das Internet in vielen Bereichen vorne. In Zeiten des User Generated Contents, Social Networkings und Web 2.0 sind Online-Medien gefragter denn je. Heute bestimmen Onlineportale von Zeitungen und Zeitschriften, Blogger und die 160 Zeichen einer SMS die Politik und die Wirtschaft. Diesen Trend hat die OBTAINER MEDIA LIMITED als erstes Medium in der Direktvertriebsindustrie erkannt und seit der Gründung 2006 inzwischen global umgesetzt.

Der OBTAINER WORLDWIDE, das monatliche Fachmagazin für Direktvertrieb und Network-Marketing, der OBTAINER MEDIA LIMITED wird inzwischen in den Sprachen Deutsch, Englisch und Bahasa in über 163 Ländern der Welt gelesen und ist mit monatlich 120 - 200 Seiten damit nicht nur das meistgelesenste, sondern auch das umfangreichste, und auflagenstärkste Fachmagazin in diesem Bereich weltweit. OBTAINER MEDIA bietet zuverlässige Konzepte, kreative Ideen, budgetgerechte Projekte. Interessierte Leser können unser Magazin hier kostenlos lesen, drucken und auf den eigenen Computer speichern:

<http://www.obtainer-online.com>

<http://www.obtainer-ww.com>

Abonnenten: 816.583

Aktive Leser (Downloads des Magazins): 3.170.000

Gehobenes Management: 14 %

Berufsbezeichnung, Höchste Führungsebene: 9 %

Berufsbezeichnung, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender/Leitender Direktor/Vorstandsvorsitzender: 5 %

Informationshungrige

70 % online jeden Tag

Demographie

Weiblich: 43 %

Männlich: 57 %

Durchschnittsalter: 38

Geographisches Profil

Asien und Mittlerer Osten: 40 % (1.260.000)

Europa: 28 % (870.000)

Nordamerika: 16 % (480.000)

Südamerika: 10 % (294.000)

Afrika: 4 % (196.000)

Weitere Regionen: 2 % (71.000)

OBTAINER WORLDWIDE -Design für die Umwelt

Die umweltfreundliche digitale Kopie einer gedruckten Zeitung

News-ID: 309510 • Views: 7495 (Stand: 14.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/309510/PM-International-AG-Ein-Beispiel-fuer-gute-PR.html>