

„PR- und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit. Ein Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger.“

Norbert Schulz-Bruhdoel und Katja Fürstenau. 2010

Zwei Seiten des Schreibtischs – das wird bereits im Titel deutlich. Wie arbeiten PR-Verantwortliche auf der einen Seite, Presse und Journalisten auf der anderen? Das vorliegende Buch soll für einen praxistauglichen Überblick geben über zielgerichtete Medienarbeit.

Diesem Anspruch wird es nur teilweise gerecht. Die drei großen Kapitel Medienarbeit, Handwerkszeug und Medienarbeit in der Krise halten sich mitunter sehr ausführlich mit Studien und Details aus dem Medienalltag auf. So werden die so rund 400 Seiten zu einer Textwüste. Hinweise auf die historische Entwicklung von Journalismus, Medienlandschaft und PR sind sicherlich dem Background des Autors geschuldet. Sie tragen aber nicht zur Übersichtlichkeit bei. Für Einsteiger ist die „Fibel“ unübersichtlich. Zwar sollen einige Kapitelzusammenfassungen und Checklisten hier Orientierung geben. Diese werden aber nicht stringent durchgehalten. An wichtigen Stellen, wo sie durchaus Sinn machen, fehlen sie. So zum Beispiel dort, wo es um die originären Aufgaben von PR und die Grundstruktur eines Konzeptes geht. Außerdem werden die Begriffe PR, Öffentlichkeitsarbeit und Medienarbeit gleichwertig verwendet - hier wäre die Entscheidung für eine durchgängige Begriffsverwendung hilfreich.

Im Sinne einer „Fibel“ würden grafisch sauber aufgearbeitete Checklisten, eine durchgängige Gesamtgestaltung und ein Glossar am Ende des Buches guttun.

Fazit: Weniger Details - mehr Übersichtlichkeit. Für Einsteiger, die das Buch als Handbuch oder Nachschlagewerk nutzen wollen: weniger geeignet. Für Profis, die sich bereits auskennen ist das Buch verständlich. Insbesondere, um sich immer mal wieder die Arbeitsweise und Bedürfnisse auf der anderen Schreibtischseite deutlich zu machen.

Die PR- und Pressefibel ist im FAZ-Verlag erschienen und kostet 29,90 €.