

**18.01.2007**

**Politikvermittlung via PR**

Frage nicht, was dein Land für dich tun kann, sondern was du für dein Land tun kannst. Einer Kombination aus dem hehren Anspruch, der sich aus diesem schon etwas in die Jahre gekommenen Zitat von John F. Kennedy ergibt, und den heutigen Anforderungen daran, wie strategische Kommunikation nach innen und außen zu managen ist, sehen sich die PR-Verantwortlichen auf dem politischen Parkett tagtäglich ausgesetzt.

Das hochpolitische Thema Öffentlichkeitsarbeit der Bundesministerien hat das Herausgeberteam Miriam Melanie Köhler und Christian H. Schuster in den Fokus seiner Untersuchungen gestellt und eine umfangreiche Aufsatzsammlung rund um die Regierungskommunikation zusammengetragen, deren über 40 namhafte Autoren – Experten aus Politik, PR-Agenturen, Wissenschaft, Journalismus und Recht – mit detaillierten Analysen und Bewertungen erstmals einen ausführlichen Überblick über diese Materie geben.

Die Aufsatzsammlung adressiert als Zielgruppe Dozenten und Studenten der Kommunikations- und Medienwissenschaften, PR und Politikwissenschaft sowie PR-Agenturen und Institutionen und ist in zwei Bereiche gegliedert: Der erste Teil zeigt die Grundlagen auf mit einer ausführlichen Betrachtung der wichtigsten Entwicklungen, Akteure, Abhängigkeiten und deren Handlungsrahmen; der zweite Teil fokussiert die praktisch-handwerklichen Aspekte. Dabei zieht das Handbuch inhaltlich einen Bogen von den Anfängen der PR, die bis zu den Streitschriften des Investurstreits zurückreichen, über den Wandel der Kommunikation unter Bundeskanzler Schröder im Gefolge der britischen New-Labour-Kampagne, die Rolle der Presse- und Regierungssprecher und die Frage, inwieweit politische Journalisten beispielsweise Beraterfunktionen annehmen dürfen, bis hin zu ganz konkreten Belangen wie etwa den Internetauftritten der Bundesregierung.

Es sei dahingestellt, in welchen Ausformungen die Beteiligten im politischen Prozess nun konkret agieren, eins ist von Anfang an klar: Ohne die richtigen Kommunikationstools kann eine Regierung, egal welcher Couleur, schnell wieder einpacken. Denn es gibt heutzutage keine leicht zu durchschauenden und formbaren Wähler mehr, die ihrer Partei durch Hochs und Tiefs die Treue halten – stattdessen tummeln sich „da draußen“ mittlerweile größtenteils äußerst wankelmütige Wechsel- und Nichtwähler. Im Zusammenspiel mit immer komplexeren Gesetzgebungsprozessen und dem gefühlt täglich wachsenden Angebot an Kommunikationsmöglichkeiten steht die Politik damit permanent vor knallharten Herausforderungen, wenn sie nach innen und außen ihre Geschichte erzählen will bzw. dies sogar muss, um ihrer Informationspflicht gegenüber den Bürgern zu genügen.

Mein Fazit:

Ein fundiertes Nachschlagewerk für Praktiker und alle, die sich mit dieser komplexen Materie befassen. Ein leichter Zugang zu der mitunter schweren Kost ist dabei gewährleistet, indem jedem Beitrag ein eigenes Titelblatt mit Gliederung, Inhaltsangabe, Schlüsselwörtern und Autoreninformation vorangestellt ist. Sehr empfehlenswert.

Zum Buch:

Miriam Melanie Köhler, Christian H. Schuster (Hrsg.): Handbuch Regierungs-PR. Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage, Wiesbaden 2006. 499 Seiten, ISBN 3-531-15192-4, Preis: 49,90 Euro.

*Sabine Sturm*