

Willkommen!

Es fing alles damit an, dass mich ein Kollege einer Weiterbildungseinrichtung eines Tages fragte: Willst du nicht den Teilnehmern unseres PR-Kurses einmal erzählen, wie Journalisten so »ticken«? Ich sagte zu. Eins folgte aufs andere, und so habe ich seitdem hunderte von Öffentlichkeitsarbeitern in Seminaren unterrichtet. Dabei habe ich selbst von den Teilnehmern eine Menge gelernt. Das hat mich den Fragen und Bedürfnissen der Öffentlichkeitsarbeiter näher gebracht. Hinzu kam, dass die Stuttgarter Kommunikationsagentur WortFreunde, für die ich als Chefredakteur tätig bin, auch eine Abteilung hat, die Öffentlichkeitsarbeit für Kunden betreibt. Dort stehe ich natürlich im ständigen Dialog mit den Kolleginnen und Kollegen. Und nicht zuletzt war ich selbst einmal eine Zeitlang als Öffentlichkeitsarbeiter tätig.

Das alles – meine eigenen Erfahrungen, die Anregungen der Kollegen und die Hinweise und Fragen aus den Kursen und Seminaren – bildet die Grundlage für dieses Buch. Sein besonderer Reiz liegt meiner Auffassung nach darin, dass es aus der Feder eines Journalisten stammt, der sich bemüht, die alltäglichen Fragen von Öffentlichkeitsarbeitern zu verstehen. Dabei will ich nicht leugnen, dass Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit unterschiedliche Interessen verfolgen. Die Journalisten sind zum einen ihrem grundgesetzlich verbrieften Auftrag des Berichtens und Aufklärens verpflichtet, zum anderen ihren Intendanten und Verlegern, die von ihnen hohe Einschaltquoten beziehungsweise Auflagen erwarten. Öffentlichkeitsarbeiter auf der anderen Seite sind zu Recht loyal gegenüber ihrem Auftrag- oder Arbeitgeber.

Dennoch sind beide aufeinander angewiesen: Einerseits müssten Journalisten ohne Öffentlichkeitsarbeit so manche leere Seite abliefern oder wüssten nicht, was sie senden sollen. Die Öffentlichkeitsarbeiter andererseits schrieben ihre vielen schönen Presseerklärungen vergebens. Ich wünsche mir, dass dieses Buch beiden Seiten hilft: Den Öffentlichkeitsarbeitern, dass ihre Arbeit professioneller wird und damit erfolgreicher; und den Redakteuren, weil eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit auch ihre Tätigkeit erleichtert.

Ich habe mich bemüht, so verständlich wie möglich zu schreiben. Professionelle Öffentlichkeitsarbeit ist ein Handwerk, kein Voodoo. Auf keinen Fall stimme ich jenem PR-Profi zu, der einmal in bemerkenswerter Offenheit sagte: Public Relations muss durch sprachliches Täuschen und Tarnen den Kunden zum Laien degradieren, um als professionell wahrgenommen zu werden. Ich wäre froh, wenn es mir in diesem Buch gelungen wäre, das Gegenteil zu zeigen und dabei verständlich zu machen, was gute Öffentlichkeitsarbeit auszeichnet.

Ich danke vor allem meinen Kolleginnen und Kollegen bei den WortFreunden sowie allen, die mich durch ihre Fragen und Beiträge in den Seminaren weitergebracht haben. Mein Freund Tim Schleider hat das Manuskript sorgfältig gelesen und viele hilfreiche Formulierungsvorschläge gemacht. Für Fehler bin ich selbstverständlich alleine verantwortlich. Wenn Sie, liebe Leser, weitere Anregungen oder Kritik haben, würde ich mich darüber freuen.

Stuttgart, im Juni 2006
Markus Reiter
reiter@wortfreun.de
www.wortfreun.de und www.markus-reiter.de