

Regierungs-PR als Handbuch

Kaiser Wilhelm II. war der erste deutsche Politiker, der sich medial inszenierte. Auch Konrad Adenauer wusste mit den Medien umzugehen und zeigte sich gerne mit seinen Rosen oder beim Boccienspiel. Im heutigen Medienbetrieb müssen allerdings zeitgemäße Strategien her, damit Politik verständlich wird und die politischen Ziele im demokratischen Prozess erreicht werden können. Wie das geht, welche Rolle Journalisten dabei spielen und was PR-Berater bewirken können, wird in diesem Handbuch beschrieben. Darin erläutern Experten aus der Sicht aller an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligten Akteure, wo zum Beispiel die Grenzen der Regierungskommunikation liegen oder welcher Instrumente diese Art der PR sich bedient. Gezeigt wird, wie das fragile Geflecht zwischen politischem Selbstmarketing und Journalismus gestrickt ist und wie es dazu kommen konnte, dass die Alpatiere der Medien und der Politik die Stimmung im Lande zur Bundestagswahl 2005 so falsch einschätzten. Insgesamt ein umfassendes und sehr vielschichtiges Werk, das Theorie und Praxisbeispiele lesenswert verknüpft.

Handbuch Regierungs-PR – Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern

VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, ISBN 978-3-531-15192-2, 499 Seiten, 49,90 Euro