

Dankwart von Loeper

Erfolgreiche Öffentlichkeits- arbeit

für Asyl und Menschenrechte



VON LOEPER LITERATURVERLAG

*«Damit das Mögliche entsteht,
muss immer wieder das Unmögliche
versucht werden.»*

Hermann Hesse



Einführung:

Warum Menschen- rechtsarbeit PR braucht

Das Unglaubliche geschieht kurz nach Weihnachten. Ein Innenminister muss zurückrudern. Er muss – auf den enormen Druck der Presse hin – ein bereits abgeschobenes Flüchtlingsmädchen wieder nach Deutschland zurückholen. Und die Bild-Zeitung? Sie jubelt ob dieses Sieges der Menschlichkeit!

Sie reiben sich ungläubig die Augen? Sie halten das für einen Wunschtraum... Doch die Geschichte ist wahr. Sie ist das Ergebnis aktiver PR-Arbeit.

Schlagen Sie die Zeitung von heute auf: ganz gleich, ob Ihnen die Schlagzeilen und die Artikel gefallen oder missfallen, ob sie von Wirtschaftskrise oder Schweinegrippe, von Importboykott oder Ärztestreik handeln, vom Krieg der Sterne oder vom Parteienstreit – nahezu immer wird es sich um Themen, Inhalte und Geschichten handeln, die von interessierten Kreisen „bewirkt“ wurden. Menschen machen Meinung. Gerade aus diesem Grund haben viele eine Abneigung gegen PR. Zu sehr schmeckt das Wort manchem nach Propaganda und undemokratischer Beeinflussung, nach Scheckbuch-Journalismus und dem Vortäuschen einer Fassade. Steht da die Asyl- und Menschenrechtsarbeit nicht buchstäblich „auf einem anderen Blatt“? Hat Menschenrechtsarbeit PR überhaupt nötig?

**Menschen
machen
Meinung**

Der stumme Redner

Stellen Sie sich vor, Sie wollen einen Vortrag hören. Vielleicht weil das Thema oder der Referent Sie interessieren oder weil Sie den Veranstaltungsort kennen und von der Qualität der dortigen Veranstaltungen überzeugt sind. Der Redner tritt auf die Bühne, doch statt zu reden – schweigt er. Was würden Sie denken, wenn Sie so angeschwiegen werden? Halten Sie das Schweigen für Taktik oder einfach für eine Unverschämtheit? Glauben Sie, der Referent habe sein Manuskript vergessen oder leide an einem akuten Anfall

von Amnesie? Will er Ihnen etwas vorenthalten oder Sie bloß auf die Folter spannen?

Es ist müßig über seine Absichten zu philosophieren. Jeder der Anwesenden wird am Ende mit einer bestimmten Meinung aus dem Saal gehen, verärgert, empört, enttäuscht. Jeder macht sich andere Gedanken über das, was der Redner wollte und konnte oder nicht wollte und nicht konnte. Er hatte darauf verzichtet, seine eigenen Gedanken einzubringen, seine Zuhörer auf das zu verweisen, was er ihnen sagen wollte.

Sind wir nicht in einer ähnlichen Situation? Auch von uns wird eine „Rede“ erwartet: eine Stellungnahme zur aktuellen Lage, das Deutlichmachen eines anderen Standpunkts, der Hinweis auf die Situation bedrohter Menschen... Erheben wir die Stimme? Sprechen wir Wichtiges aus? Weisen wir auf Missstände hin? Machen wir eigene Sichtweisen für andere verstehbar und erfahrbar? Oder bleiben wir der „stumme Redner“, der die Interpretation anderen überlässt?

„Man kann nicht nicht kommunizieren“

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ sagt der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick. Jedes Verhalten ist eine Mitteilung. Durch Kommunikation werden Informationen, Emotionen, Bedürfnisse, Interessen, Wertungen, Vorurteile hervorgebracht, transportiert oder – und das ist das Entscheidende – auch verändert. Kommunikation ist seit Bestehen der Menschheit der wichtigste Faktor sozialen Miteinanders, der Lebensnerv jeder Organisation. Warum also machen wir nicht öffentlich, was uns bewegt?

„Würde ich ja gerne“, werden jetzt einige sagen und auf eine ungezählte Zahl von Pressemitteilungen verweisen, die nie gedruckt wurden. „Unsere Zeitung interessiert sich für unsere Themen nicht!“, „Da wird doch alles entstellt!“ „Die Medien, die sind halt so!“ Diese (und manche andere) gern gebrauchte Ausrede soll den eigenen Misserfolg in der Öffentlichkeitsarbeit erklären. Doch schon der alte Demosthenes wusste: „Geringfügige Chancen sind oft der Beginn großer Unternehmungen geworden.“ Versuchen wir, die Blockade im Kopf zu durchbrechen! Denn in den meisten Fällen liegt es nicht an den Medien, sondern an uns und unserer Fähigkeit, Texte zu formulieren, Themen zuzuspitzen und auf die Medien zuzugehen.

Dieses Buch will dazu ermutigen, die Abneigung gegen Public Relations zu überwinden und Menschenrechts-Themen offensiver in die Medien zu bringen. Ist es nicht nötiger denn je Menschen wachzurütteln, aufmerksam zu machen, zum Handeln anzuregen? Wollen Sie nicht (in welchem bescheidenem Rahmen auch immer) Politik verändern und mitgestalten? Fundraising betreiben? Neue MitstreiterInnen gewinnen? Gegen Vorurteile kämpfen? Sich für mehr Menschlichkeit einsetzen?

Dieses Buch soll Ihnen helfen, Pressearbeit erfolgreicher und damit folgen-*reicher* zu machen. Es ist kein akademischer Exkurs, sondern ein Praxisbuch. Sie sollten es also nicht nur lesen, sondern auch damit arbeiten. Viele Hilfsmittel, Fragebögen und Checklisten zum Selbst-Erarbeiten werden Sie bei der konkreten Umsetzung unterstützen.

„Ich hab nichts zum Sagen“, so begann die große Schauspielerin Therese Giehse ein Gespräch, das später mehrere hundert Buchseiten füllen sollte. Natürlich hatte sie sehr viel „zum Sagen“. In Menschenrechtskreisen herrscht manchenorts die Meinung vor, „wir“ hätten eh nichts „zu sagen“. Vielleicht liegt das (auch) daran, dass wir nichts *zum Sagen* haben? Nehmen wir das ganz wörtlich! Erzählen wir – im guten Sinne – *Geschichten!* Es gibt so viel Berichtenswertes und es gibt vieles, was für die Medien durchaus Thema sein kann. Wir müssen nur den richtigen Weg, die richtige „Einstellung“ finden, so wie wir beim Radiogerät den richtigen Sender suchen müssen.

„Wes das Herz voll ist, des gehet der Mund über“, sagt die Lutherbibel in wunderbar bildhafter Sprache. Doch wir geraten eher ins Zagen und Zaudern angesichts all der Paragraphen und Bestimmungen, Deutungshoheiten und politikverdrossenen Erfüllungsgelhilfen. Die leidige Erfahrung, mit unseren Themen keinen Journalisten hinter dem Ofen hervorlocken zu können, haben wir als *common sense* festgeschrieben, auch wenn es eher *common nonsense* ist.

Doch Menschenrechtsarbeit braucht aktive Öffentlichkeitsarbeit. Was bedeutet dies konkret? Wie kann es gelingen, mit unseren Themen in die Medien zu kommen? Darum wird es jetzt gehen.