

Falkenberg, Viola: Im Dschungel der Gesetze.

Beitrag aus Heft »2007/02: Männliche Identität(en) und Medien«

Falkenberg, Viola (2004). Im Dschungel der Gesetze. Leitfaden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; Bremen: Viola Falkenberg Verlag, 212 S., 22,90 €

Medien-, Presse- und Urheberrecht – das sind hochkomplexe und oftmals variabel auslegbare Rechtsgrundlagen für die alltägliche Arbeit im Bereich der Öffentlichkeits- und Pressearbeit, wie auch bei jeglicher Art von Publikation in Print- oder Online-Medien. Welche presserechtlichen Anforderungen muss ein Flugblatt oder die nächste Schülerzeitung erfüllen, wie kann Bildmaterial auf der Website eines Unternehmens oder einer anderen Einrichtungen veröffentlicht werden? Wie gestaltet sich die aktuelle Rechtslage zu diesen Fragen und welche Konsequenzen drohen bei Nichtbeachtung? An einfachen Antworten oder übersichtlichen, leicht verständlichen und nah an der Alltagspraxis ausgerichteten Überblickswerken zum Thema mangelt es jedoch noch immer.

Viola Falkenbergs Leitfaden versucht diesem Mangel entgegenzutreten. Klar strukturiert und mit Beispielen veranschaulicht, geht sie auf die grundlegendsten rechtlichen Anforderungen und Probleme bei der Veröffentlichung von Wort- und Schriftbeiträgen, in Interviews oder bei der Veranstaltungsorganisation ein. Auf verständliche Formulierungen bedacht liefert Falkenberg nach jeder Besprechung einer Publikationsform eine stichpunktartige Zusammenfassung der zu beachtenden gesetzlichen Regelungen sowie Quelle und Wortlaut der entsprechenden Gesetze. Der zweite Teil des Buches erläutert gesetzliche Pflichten, Rechte und Grenzen beispielsweise in Bezug auf die Verwendung von Fotos und Bildmaterial, Datenschutz oder Gegendarstellungen.

Ein Anhang liefert zudem nützliche Richtlinien und Hinweise für die Umsetzung gesetzlicher Regelungen in der Berufspraxis. Dass der Leitfaden stark am Berufsalltag von Beschäftigten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit orientiert ist, kann im Hinblick auf den Buchtitel nicht verwundern. Für Praktikerin-nen und Praktiker in Medienzentren, Schulen oder ähnlichen Einrichtungen wäre möglicherweise ein Ratgeber, der noch gezielter auf fachspezifische Problembereiche (Stichwort: Nutzungsrechte trotz beschränktem Budget) eingeht, eher zu empfehlen. Da allerdings gerade die leichte Verständlichkeit und klar strukturierten Zusammenfassungen in Falkenbergs Leitfaden dem Bedürfnis nach einem ersten Überblick entgegenkommen, kann er durchaus auch PR-fernen Fachleuten als Beratung im Berufsalltag zu Seite stehen.