

## **Prenzel, Thorben: Handbuch Lobbyarbeit. Wochenschau Verlag. Schwalbach 2007**

185 Seiten / 14,80 EUR

Lobbyarbeit, Presse- und Öffentlichkeitsaktivität, Marketing, Fundraising, Public Relations – derartige Strategien der Eigenvermarktung sollten nicht nur Pharmakonzerne und Automobilhersteller aus dem „FF“ beherrschen sondern auch Organisationen und Einrichtungen des sozialen Sektors. Gerade in Zeiten, die verstärkte Profilierung erfordern, sind Social-Profit-Organisation unter anderem gehalten, ihre Leistungen den „richtigen“ (das heißt finanzkräftigen und/oder meinungs- und entscheidungsbildenden) Zielgruppen adäquat darzustellen.

Thorben Prenzel zeigt auf, wie dieses Vorhaben gelingen kann. Er arbeitete lange Jahre für den Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland und das Europäische Parlament in Brüssel und zieht aus diesen beruflichen Erfahrungen sein Know-How zum Thema. Sein Grundlagen- und Einführungswerk wendet sich an eine breite Leserschaft, ohne dabei auf eine spezifische Branche oder einen bestimmten sozialen Sektor abzuheben. Von daher können seine Handreichungen zur Strategie der Lobbyarbeit, zum Erreichen von Funktionsträgern und der Öffentlichkeit, zum Umgang mit den Medien, zum Fundraising und zur „internen Lobbyarbeit“ im eigenen Verband von allen adaptiert werden, deren Stellenbeschreibungen „Lobbyismus“ als Haupt- oder Teilaufgabe vorsehen. Das Buch ist sehr praxisorientiert, was vor allem in den offenen systematisierenden Fragen, Checklisten und zentralen Anregungen (Tipps & Tricks) zum Ausdruck kommt.

Fazit: Ein prima Preis-Leistungs-Verhältnis.

Frederic Fredersdorf / fre@fhv.at