

Berufsfeld Presseabteilung – ein Gespräch mit Laura Hübner, Pressereferentin beim Hanser Verlag (Laura Dieterich, Louisa Greim, Martin Reszka)

Im Rahmen der Leipziger Buchmesse 2019 trafen wir Laura Hübner, eine Pressereferentin des Hanser-Verlages, zum Gespräch. Der Berufseinstieg erfolgte bei Laura Hübner nach dem Abschluss des Masters in Deutsch und Anglistik. Bereits während des Studiums probierte sie sich bei verschiedenen Praktika aus, nach Abschluss des Studiums machte sie noch ein Praktikum im Lektorat. Es folgte ein Volontariat bei Hoffmann und Campe und im Anschluss der Einstieg als Pressereferentin beim Hanser-Verlag.

Die Tagesroutine einer Pressereferentin sei davon abhängig, in welchem Stadium sich das betreute Buch gerade befinde. Vor der Veröffentlichung gehe es laut Hübner darum, die Bücher durch Gespräche mit Journalist*innen und Vorankündigungen bekannt zu machen. Nach der Veröffentlichung bearbeite Hübner vor allem Anfragen per Mail und Telefon, organisiere Interviews, aber auch Lesungen und betreue die Autor*innen in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Zwar bilde insgesamt das Lektorat die wichtigste und dauerhafteste Schnittstelle zwischen Verlag und Autor*innen, doch gebe es nach der Veröffentlichung eines Titels die Organisation der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an die Pressestelle eines Verlags ab. Hübner berichtet, dass nach Erscheinen eines Buches die Presseabteilung einen sehr engen Kontakt zu den Autor*innen habe, um Pressetermine zu vereinbaren, Rezensionen und Kritiken zu besprechen. Nicht alle Autor*innen forderten hier das gleiche Maß an Zuwendung ein; einige haben nur Kontakt, um das Nötigste zu besprechen, und andere Autor*innen möchten sich gern über die Berichterstattung und Literaturkritik mit der Pressereferentin austauschen.

Auf der Buchmesse in Leipzig steht für die Presseabteilungen die Vorstellung des Verlagsprogramms für den Herbst und die Begleitung der Autor*innen zu ihren Terminen im Vordergrund. Doch natürlich sei auch das Knüpfen und die Pflege von Kontakten ein wichtiger Bestandteil des Messeauftritts. Auch wenn der Bereich Social Media beim Hanser-Verlag, anders als bei anderen Verlagen, nicht durch die Presseabteilung, sondern die Marketingabteilung betreut wird, konnten wir von Laura Hübner hierzu trotzdem einige interessante Dinge erfahren, insbesondere hinsichtlich des Umgangs mit Influencern. Der Hanser-Verlag beobachte die wachsende Menge an Buchblogs und Instagram-Seiten zum Thema Buch und freue sich natürlich, wenn die eigenen Bücher hier gute Kritiken erhalten oder empfohlen werden. Dabei funktionieren die Blogger-Relations prinzipiell ähnlich wie die Pressearbeit.

Angesprochen auf die Möglichkeit geplanter Skandalisierungen, verdeutlichte Hübner abschließend, dass negative Presse jeglicher Form vom Hanser Verlag nicht intendiert sei. Es sei vielmehr stets das Ziel, mit den veröffentlichten Büchern zu überzeugen.