

Vorwort

Public Relations sind aus der wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Welt nicht mehr wegzudenken. Der professionelle Umgang mit Kommunikation ist in der modernen Informations- und Mediengesellschaft ein Schlüsselfaktor für den Erfolg einer Organisation. Ob Sie für ein Unternehmen, für eine öffentlich-rechtliche Institution, für einen Verein oder eine gemeinnützige Einrichtung aktiv sind, Grundkenntnisse in Public Relations sind für viele Berufsfelder und Branchen notwendig. Denn fast jede bedeutsame Aktivität verlangt heute nach professioneller Vermittlung von Inhalten. Die Akteure müssen ihre Standpunkte, ihre Anliegen und Vorhaben formulieren, die Akzeptanz und Unterstützung ihres Umfeldes gewinnen und Kontroversen möglichst verhindern. Verbraucher- und andere Anspruchsgruppen fordern Erklärungen und wollen eine Organisation auch nach ihrem Wertegefüge und ihrem sozialen Verhalten beurteilen. Kommunikationskompetenz ist gefragt. Public Relations haben sich als unverzichtbare Managementfunktion etabliert. Kommunikation wird heute strategisch geplant und umspannt als ganzheitliche Aufgabe die gesamte Organisation. Entsprechend vielfältig sind die Aufgaben, Arbeitsfelder und Instrumente des PR-Profis.

Dieses Buch verschafft Ihnen einen kompakten, schnellen und einfachen Einstieg in die Welt der Public Relations. Ausgehend von der Essenz aktueller Fachliteratur erfahren Sie das wichtigste Basiswissen zum Thema. Darüber hinaus erhalten Sie Schritt-für-Schritt-Arbeitsanleitungen für die wichtigsten Aufgaben der Public Relations, die durch anschauliche Beispiele aus dem PR-Alltag begleitet werden. Wenn Sie dieses Buch gelesen haben, werden Sie Medienarbeit betreiben, eine Mitarbeiterzeitung herausgeben, verschiedene Veranstaltungen durchführen und Inhalte in unterschiedlicher Form und für unterschiedliche Zielgruppen aufbereiten können.

Dieses Buch ist als Arbeitsbuch für die PR-Praxis konzipiert. Es soll die Lücke zwischen theoretischem PR-Wissen und den ersten Schritten eines PR-Einsteigers schließen, so dass Sie sich schnell mit einem gewissen Grad an Sicherheit in dem weiten Feld der PR bewegen können. Dabei habe ich einen sehr pragmatischen Ansatz gewählt und auf eine wissenschaftstheoretische Auseinandersetzung verzichtet. Vielmehr möchte ich Sie dazu anregen, sich das Arbeitsgebiet Öffentlichkeitsarbeit durch logische, gedankliche Herleitung und „Learning by Doing“ weitestgehend

selbst zu erschließen. So ist dieses Buch nicht zuletzt der Versuch, einen sehr direkten und an der schnellen Umsetzung orientierten Lernansatz für PR-Einsteiger aufzuzeigen.

Natürlich hat ein solcher Ansatz auch seine Grenzen: Nicht alle Varianten des PR-Alltags können durch vereinfachte Anleitungen und Beispiele abgedeckt werden. In der Realität werden Sie die gezeigten Schritte auf Ihre ganz individuelle Situation und auf die dort vorherrschenden Rahmenbedingungen übertragen müssen. Sie werden die vorgestellten Instrumente verfeinern, perfektionieren und für Ihre Zwecke, sowie für Ihre Arbeitsweise anpassen. Darüber hinaus sind die hier vorgestellten Arbeitsschritte sicherlich nicht allgemeingültig. Tatsächlich hat fast jede PR-Agentur eigene Arbeitsinstrumente und Methoden entwickelt, um die Kommunikationsaufträge ihrer Kunden zu bearbeiten. Dennoch werden Ihnen die in diesem Buch aufgezeigte grundsätzliche Denkweise und die strukturierte, strategische Vorgehensweise dabei helfen, Ihre ganz spezifischen PR-Aufgaben zu lösen. Sie werden Sie dabei unterstützen, die richtigen Prioritäten zu setzen. Sie werden Ihnen Wege aufzeigen, Ihre PR-Maßnahmen auf das Wesentliche zu konzentrieren und so auch mit wenigen Mitteln zielorientiert zu arbeiten. Und sie bilden eine gute Grundlage, um sich weiteres Wissen und Erfahrung anzueignen.

Denn dieses Buch kann und will nur der Anfang sein. Wenn Sie auf Dauer erfolgreich in der PR-Welt arbeiten wollen, sollten Sie sich weiterbilden und in die hier vorgestellten, aber auch in weitere Fachgebiete vertiefend einsteigen. Fast jedes der hier aufgezeigten PR-Arbeitsfelder lässt sich durch zusätzliches PR-Wissen in der Fachliteratur oder in PR-Seminaren unterfüttern.

Ich kann Ihnen bereits jetzt versichern: Aktiv PR zu betreiben, bleibt immer spannend. In meinen über 20 abwechslungsreichen Berufsjahren habe ich die unterschiedlichsten PR-Aktionen konzipiert, umgesetzt und kontrolliert. Es verging kein Jahr, in dem ich nicht an neuen Aufgaben wachsen, meinen fachlichen Horizont erweitern oder Interessantes hinzulernen konnte. In dieser Zeit habe ich viele neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingearbeitet und ihre ersten Gehversuche in der PR-Arbeit betreut. Meine Beobachtungen in diesen beruflichen Anfangsphasen, sowie meine Erfahrung als Dozentin an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing e.V. (BAW) flossen in dieses Buch ein. Ich habe oft beobachtet, wie schwer es ist, theoretisches Wissen in ganz konkrete PR-Arbeit umzusetzen – wenn man nicht weiß, wie es Schritt für Schritt gemacht wird. Denn dem Außenstehenden sind die lehrreichen Planungs- und Entwurfs-Stadien des PR-Alltags üblicherweise nicht zugänglich. Ich habe mir in diesen Situationen oft eine praktische Einführung in die PR gewünscht, die eine schnell umsetzbare Arbeitsanleitung für die Basisaufgaben der PR bietet. Aus diesem Grund will dieses Buch vor allem eines: PR-Wissen unmittelbar umsetzbar machen. Damit Sie gleich nach dem Lesen mit der PR-Basisarbeit beginnen können, dabei die typischen Anfänger-Fehler vermeiden und so schnell wie möglich zu einer soliden Arbeitsqualität gelangen. Ich würde mich freuen, wenn die Ausführungen, Tipps, Checklisten und Arbeitsanleitungen dieses Buches Ihnen die Hilfe und Unterstützung geben, die Sie benötigen, um erfolgreich in der Öffentlichkeitsarbeit aktiv zu werden.

Was Sie dazu mitbringen müssen? Ihren gesunden Menschenverstand, ein gutes Sprachgefühl und Ihre natürliche Begabung, Kontakte mit Menschen herzustellen und zu pflegen. Und natürlich Ihre Neugierde. Neugierde auf die Vielfalt an Aufgaben, Tätigkeiten und Menschen, denen Sie dabei begegnen werden.

Viel Spaß beim Lesen und Ausprobieren wünscht Ihnen

Frankfurt am Main
Deutschland

Stephanie Grupe

Public Relations

Ein Wegweiser für die PR-Praxis

Grupe, S.

2011, XVI, 434 S. 71 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-17826-9