

Buch-Tipp

„Public Relations. Ein Wegweiser für die Praxis.“

Stephanie Grupe, 2011

Mein erster Gedanke - noch ein PR-Standardwerk und Praxisratgeber? Es gibt doch genug. Und doch habe ich mich auf das sehr umfangreiche Leseabenteuer eingelassen. Stephanie Grupe schreibt flüssig und wirklich gut verständlich. Sie verwendet Fachbegriffe dort wo nötig und deckt die wesentlichsten Themen von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab.

Kapitelschwerpunkte sind Konzeption und Planung, klassische Presse- und Medienarbeit sowie erfreulicherweise auch die Interne Kommunikation, die in anderen Büchern oft noch stiefmütterlich behandelt wird. Außerdem geht Stephanie Grupe auf klassische Alltagsthemen in der PR ein: Öffentlichkeitsarbeit zu Bezugsgruppen am jeweiligen Standort, Beziehungspflege zu den Kunden und - leider etwas knapp - Online-PR.

Trotz des Umfangs und der Textlastigkeit des Wegweisers verdient er als solcher unbedingt seinen Namen. Man merkt, dass die Autorin Erfahrung in der PR und als Dozentin hat. Sie erklärt anschaulich und detailliert. Zahlreiche Abbildungen, Listen, Übersichten und Übungen geben Hilfestellung für die praktische Arbeit. Exemplarisch werden am Projekt „Plakat AG“ verschiedene Arbeitsschritte von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit dargestellt. In diesem Praxisbezug liegt die große Stärke des dicken und nicht ganz billigen Wälzers.

Fazit: Für Einsteiger und Gern-Leser sehr geeignet. Auch für (sehr fleißige) PR-Menschen, die sich das eine oder andere Thema im Selbst-Studium erarbeiten wollen. PR-Profis finden viele Tipps um konkreten Projekten eine übersichtliche Struktur zu geben oder vermeintliche Alltagsthemen noch mal aufzufrischen. Also: Sofern Budget vorhanden: Kaufen!

„Public Relations. Ein Wegweiser für die Praxis“. Von Stephanie Grupe. Erschienen im Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2011. 59,95 Euro.