

Dr. Tobias Liebert
Kommunikationswissenschaftler und -berater; Dipl.-Journ.
SS 2005: Gast-Prof. an der Technischen Universität Dresden
Rosa-Luxemburg-Str. 6
06667 Weißenfels

Public Relations (PR) in Deutschland

(Bereich Struktur und Organisation)

S wöchentl. Do 16.40 Uhr-18.10 Uhr Raum: HSZ/103 Dr. Liebert, Tobias
Beginn: 07.04.05 (Hörsaalzentrum Bergstr. 64)

Das Seminar verschafft einen Überblick über die PR-Landschaft der heutigen Bundesrepublik. Anhand von empirischen Studien und Fallbeispielen betrachtet es das Berufsfeld sowie die „innere“ und „äußere“ Organisation von PR-Abteilungen in Unternehmen usw. und von PR-Agenturen. Danach wendet es sich der PR in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen mit ihren spezifischen Strukturen und Produkten zu. Der Blick reicht dabei von privatwirtschaftlicher über staatliche bis hin zur Non-Profit-PR, von Groß- und Kleinbetrieben über Verbände, Kirchen und Parteien bis hin zu Theatern oder Seniorenheimen. Alle Seminarteilnehmer/innen helfen bei der Erarbeitung des Status quo mit, indem sie nicht nur vorhandene wissenschaftliche und Praktiker-Literatur studieren, sondern auch selbst bei den PR-Treibenden (Unternehmen, Behörden, Agenturen usw.) recherchieren.

Die **Referate bzw. Hausarbeiten** sollen möglichst die Literatur über das jeweilige Praxisfeld referieren und (ein oder mehrere) praktische Fallbeispiele der PR eines bestimmten Unternehmens, einer bestimmten Einrichtung darstellen. Ein umfangreicher Materialanhang mit beispielhaften „Erzeugnissen“ der jeweiligen PR-Arbeit ist willkommen.

Wir wollen über die jeweiligen Praxisfelder und die ausgewählten Fallbeispiele möglichst Folgendes erfahren (und somit könnte eine Gliederung der Referate bzw. Hausarbeiten sich an folgenden Punkten anlehnen):

- Funktionen/Ziele/Aufgaben der jeweiligen PR
 - Größe, Struktur und Organisation der PR-Abteilung(en) und ihre Einbindung in die gesamte Organisation
 - typische PR-Berufsrollen und ihre Bezeichnungen im jeweiligen Praxisfeld
 - personelle und finanzielle Ausstattung der PR (Qualifikationsprofile, Jahresbudget usw.)
 - eingesetzte Mittel/Methoden/Instrumente; typische Arbeitsroutinen
 - typische Arbeitspartnerschaften/Kooperationen
 - Beispielkampagnen
 - Erfolge/Wirkungen der PR; Methoden der Wirkungskontrolle und Evaluation
 - ggf. Verhältnis der PR zu Marketing und Werbung in der jeweiligen Organisation, Verhältnis der PR zum Journalismus (Fachjournalismus) bzw. zu den Medien
 - Worin unterscheidet sich die betreffende PR von der anderer Praxisfelder?
 - Welche spezifischen Konzepte, Modelle, Erklärungsmuster gibt es für das jeweilige Praxisfeld?
 - Welche spezifischen Probleme, Tendenzen, Perspektiven werden thematisiert?
 - Gibt es (noch?) Ost-West-Unterschiede?
- u. a.

Ablauf und Themen:

7.4. 1. V.	Themen: Einführung in das Seminar , Verteilung der Referate, Einführ. Diskussion PR - was ist das?
14.4. 2. V.	Themen: Berufsfeld der PR - Zahlen, Strukturen - Input des Dozenten - Arbeitsgruppen Lit.: Bentele 1998, Böckelmann, Brexel 2000, Dees 1996, Dees/Döbler 2000, Röttger 2000, Wienand 2002
21.4. 3. V.	Thema: 1 „Innere“ und „äußere“ Organisation der PR einschließlich ihres Verhältnisses zum Marketing Referent/en: Lit.: Böckelmann, Der Status 1994, Haedrich/Jenner/Possekel 1995, Horizont (Rolke) 2002, Rolke 2001, Rolke 2003, Wbpr (1990, 1997), Zühlsdorf 2002, Zühlsdorf/Kötz 1998; Material des Dozenten
28.4. 4. V.	Thema: 2 Staatliche Öffentlichkeitsarbeit I: Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung , Referent/en: Lit.: Bergsdorf (1993), Schürmann (1992), Hofsähs (1978), Kaps/Küffner (1969), Kordes/ Pollmann (1989), Walker (1982), Sängner (1970), Leisner (1969), Broschüren des BPA, Urteil des BVerfGer u. a.
5.5.	<i>(Himmelfahrt)</i>
12.5. 5. V.	(dies academicus) Thema: Konsultationen für Referenten/Hausarbeiten
19.5.	<i>(Pfingstpause)</i>
26.5. 6. V.	Thema: 3 Politische Öffentlichkeitsarbeit: Parteien , Referent/en:
2.6. 7. V.	Thema: 4 Verbands-PR: Die PR von Wirtschafts- und Arbeitgeberverbänden, Berufsorganisationen und Gewerkschaften , Referent/en:
9.6. 8. V.	Thema: 5 PR in der Wirtschaft I: Konsumgüterindustrie , Referent/en:
16.6. 9. V.	Thema: 6 PR in der Wirtschaft II: Investitionsgüterindustrie , Referent/en:
23.6. 10. V.	Thema: 7 PR im Kulturbereich: Museen, Theater, Orchester... , Referent:
30.6. 11. V.	Thema: 8 PR im Tourismus , Referent/en:
7.7. 12. V.	Thema: 9 Die Public Relations von Messen und großen Ausstellungen , Referent:
14.7. 13. V.	Thema: 10 PR als Dienstleistung: Die PR-Agenturen , Referent/en: Abschlussdiskussion
	Abgabe der Hausarbeiten bis 15. Juli (außer letzte Referenten)

Mindestbedarf Referate: 10

Weitere Themen:

- 11 Staatliche Öffentlichkeitsarbeit II: Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente, Ministerien und Behörden auf Bundes- und insbes. Landesebene
 - 12 PR für Deutschland im Ausland - Public-Private-Partnership von Staat, Wirtschaft und Kultur (ein Überblick über beteiligte Akteure und Strategien)
 - 13 Kommunale Öffentlichkeitsarbeit (Städte, Landkreise)
 - 14 PR in der Wirtschaft III: Dienstleistungssektor
 - 15 PR in der Wirtschaft IV: Handel
 - 16 PR in der Wirtschaft V: Geld- und Finanzwesen
 - 17 Pr in der Wirtschaft VI: PR speziell für KMU
 - 18 PR der Kirchen
 - 19 Die Öffentlichkeitsarbeit von Einrichtungen des Gesundheitswesens und von sozial-karitativen Organisationen
 - 20 PR in der Altenpflege und für Seniorenheime
 - 21 PR im Sport: PR für Sportvereine und Leistungssportler
 - 22 PR für Medien
 - 23 PR für öffentlich-rechtliche Kammern (IHK)
 - 24 PR für die Bundeswehr
- ggf. weitere

Einführende Literatur:

- Avenarius, Horst* (1995): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Bentele, Günter* (Hg.) (1998): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium, Studienband 1, Berlin: PR-Kolleg.
- Bentele, Günter; Piwinger, Manfred; Schönborn, Gregor* (2003): Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen. Loseblattsammlung. Neuwied u. a.: Luchterhand, 2003ff.
- Brauner, Detlef Jürgen et al.* (Hg.) (2001): Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. München: Oldenbourg.
- Konken, Michael* (1998): Pressearbeit. Mit den Medien in die Öffentlichkeit. Limburgerhof: FVB Medien-Verlags-GmbH.
- Merten, Klaus* (2000): Das Handwörterbuch der PR. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut. 2 Bde.
- Pauli, Knut S.*: Leitfaden für die Pressearbeit. Anregungen, Beispiele, Checklisten. Beck-Wirtschaftsberater im dtv.
- Pflaum, Dieter; Pieper, Wolfgang* (Hg.) (1993): Lexikon der Public Relations. Landsberg: Verlag Moderne Industrie. (bzw. Folgeauflagen)
- Rota, Franco P.* (2002): Public Relations und Medienarbeit: effektive Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen im Informationszeitalter. München: Dt. Taschenbuch-Verlag/Beck.
- Röttger, Ulrike* (2000): Public Relations - Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bibliographien und Handbuchliteratur zur PR

Eine ausführliche Bibliographie erhalten Sie noch. Es ist aber unmöglich, zu allen PR-Praxisfeldern umfangreiche Literaturangaben zu machen. Sie werden also zu Ihrem spezifischen Praxisfeld auch selbst recherchieren müssen.

- Avenarius, Horst* (2000): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. 2. Aufl.
- Bentele, Günter* (Hg.) (1998): Berufsfeld Public Relations. PR-Fernstudium Studienband 1. PR Kolleg Berlin Kommunikation & Management.

- Bentele*, Günter (Hg.) (1991/94), *Public Relations in Forschung und Lehre*. (PRIFOL, Bd. I und II) Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien. (Studien zu Theorie und Praxis der Public Relations, Bd. 50 und 54)
- Bentele*, Günter; *Brosius*, Hans-Bernd; *Jarren*, Otfried (Hg.) (2003): *Öffentliche Kommunikation: Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bentele*, Günter; *Piwinger*, Manfred; *Schönborn*, Gregor (Hg.) (2002ff): *Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen*. Neuwied: Luchterhand.
- Bürger*, Joachim H.; *Joliet*, Hans (Hg.) (1987): *Die besten Kampagnen: Öffentlichkeitsarbeit*. Landsberg a. L.: Verlag Moderne Industrie. (3 Bände)
- Brauer*, Gernot (1993): *ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit*. Düsseldorf, usw.: Econ.
- Brauer*, Gernot (2005): *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK.
- Brauner*, Detlef Jürgen u. a. (Hg.) (2001): *Lexikon der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*. München: Oldenbourg.
- Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V.* (DPRG) (Hg.) (1998): *Qualitätsprofil Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations*. Bonn.
- Dorer*, Johanna; *Lojka*, Klaus (Hg.) (1991): *Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations*. Wien: Braumüller.
- Faulstich*, Werner (2000): *Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit*. München: W. Fink (UTB 2151).
- Fischer*, Heinz D.; *Wahl*, Ulrike (Hg.) (1993): *Public Relations. Öffentlichkeitsarbeit. Geschichte, Grundlagen, Grenzziehungen*. Frankfurt a. M. usw.: P. Lang.
- Flieger*, Heinz (Hg.) (1983/85/90): *Public Relations - Theorie und Praxis. Bibliographie der deutschsprachigen Literatur mit Annotationen*. Wiesbaden: Verlag für deutsche Wirtschaftsbiographien. Auch Ergänzungsband 1 und 2.
- Haedrich*, Günther; *Barthenheier*, Günter; *Kleinert*, Horst (Hg.) (1982): *Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft*. Berlin / New York: Walter de Gruyter.
- Herbst*, Dieter (2003): *Praxishandbuch Unternehmenskommunikation*. Berlin: Cornelsen.
- Lieb*, Jutta (1991): *PR. Bibliographischer Überblick über Themenbereiche der Öffentlichkeitsarbeit*. Bardowick: Wissenschaftler Verlag.
- Mast*, Claudia (2002): *Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden*. Stuttgart: Lucius & Lucius. UTB 2308.
- Merten*, Klaus (2000): *Das Handwörterbuch der PR*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut. 2 Bde.
- Meyn*, Hermann (2004): *Massenmedien in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Noelle-Neumann*, Elisabeth; *Schulz*, Winfried; *Wilke*, Jürgen (Hg.) (1994ff.): *Das Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch.
- Pflaum*, Dieter; *Pieper*, Wolfgang (Hg.) (1993): *Lexikon der Public Relations*. Landsberg: Verlag Moderne Industrie. [2., überarb. Aufl.]
- Reineke*, Wolfgang; *Eisele*, Hans (1994): *Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation*. (2. Aufl.) Heidelberg: I.H. Sauer (= Taschenbücher für die Wirtschaft, Bd. 51).
- Schulze-Fürstenow*, Günther; *Martini*, Bernd-Jürgen (1994 ff.): *Handbuch PR. Öffentlichkeitsarbeit in Wirtschaft, Verbänden, Behörden*. Neuwied: Luchterhand.
- Tremel*, Holger; *Ohmann*, Marianne (Hg.) (1999): *Studiengang Öffentlichkeitsarbeit*. Frankfurt am Main. Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik.

Adressbücher: STAMM; ZIMPEL; KROLL-Taschenbücher, OECKL etc.

Branchen-Zeitschriften und Informationsdienste (Auswahl):

PR-Magazin. (monatl.), Remagen-Rolandseck.
 PR-Report (Informationsdienst), Hamburg
 Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis, (vierteljährlich), Nürnberg.
 journalist. (monatl.), Remagen-Rolandseck.
 werben & verkaufen (w&v) (monatl.)
 Horizont (monatl.)
 Der Wirtschaftsredakteur

Internet:

www.pr-guide.de
www.pr-portal.de
www.neues-prportal.de / www.agenturcafe.de