

Buch-Tipp

Dagmar Schütte: „Mittelstands-PR in Deutschland“

Dass große und börsennotierte Unternehmen PR und professionelle Kommunikation betreiben ist eigentlich selbstverständlich. Sie haben dafür eigene Abteilungen und Budgets.

Doch wie sieht es mit dem deutschen ‚Mittelstand‘, beziehungsweise den KUMs (Kleine und Mittelständische Unternehmen) aus, zu denen der größte Teil deutscher Unternehmen zählt?

Dazu hat Dagmar Schütte, Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Hochschule Osnabrück, eine Studie zur Kommunikationsarbeit im Mittelstand erstellt. Sie beleuchtet dabei anhand von repräsentativen Umfragen die unternehmerischen Strukturen und Voraussetzungen sowie das PR-Verständnis und die konkrete Kommunikationsarbeit im Mittelstand.

Die Studie kommt unter anderem zu dem Ergebnis, dass der Mittelstand durchaus PR macht – dies aber nicht immer so nennt- zumal Kommunikationsarbeit meistens noch „Chefsache“ ist.

Die Bereitschaft, PR und Kommunikation zu professionalisieren ist vorhanden, sofern Sinn und Nutzen erkannt werden. Leider fehlt es noch am entsprechenden personellen, finanziellen und organisatorischen Rahmen.

Fazit: Die Studie verschafft einen guten Einblick über die Besonderheiten und möglichen speziellen Anforderungen für die Mittelstands-PR. Wer sich dafür interessiert und den Mittelstand als Kunden im Focus hat – lesen!

Dagmar Schütte: Mittelstands-PR in Deutschland. Erschienen in der UVK-Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz 2011. 29,00 Euro.