

# Rezensionen von Buchtips.net

## Daniela Puttenat: Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Einführung in professionelle PR und Unternehmenskommunikation

### Buchinfos

Verlag: [Gabler Verlag](#) ([weitere Bücher von diesem Verlag zeigen](#))

Genre: [Dokumentation](#)

ISBN-13: 978-3-8349-0368-6 ([bei Amazon.de bestellen](#) )

Preis: 36,90 Euro (Stand: 02. Dezember 2008)

Innerhalb des Verwaltungssystems der Zentrale des Auswärtigen Amtes gab es zur Zeit der Weimarer Republik einst viele Klagen über Mängel und Unkenntnisse der Mitarbeiter innerhalb des gesamten Umkreises bezüglich spezieller politischer und wirtschaftlicher Informationen zur Situation des Auslandes und dortiger Unternehmen. Ganz klar: Die Pressestelle arbeitete schlecht oder war noch nicht effektiv erfunden, was den Reformen im Auswärtigen Dienst, Geheimrat Edmund Schüler, 1921 veranlasste, das Wesen der Öffentlichkeits- und Pressearbeit im Amt neu zu ordnen. Das Klären von Handelsfragen nämlich wurde bisher durch die einstige Trennung der Laufbahnen im Auswärtigen Dienst erschwert und die Staatssekretäre mit politischen Aufgaben überlastet. Daraus also folgte schon damals logisch die Unterminierung und Fehlbearbeitung von Angelegenheiten, welche handelspolitische und öffentlichkeitswirksame Pressefragen betreffen. Seit der Jahrhundertwende erhob sich Kritik am Auswärtigen Amt und seiner Struktur. Vertreter der Wirtschaft warfen den Diplomaten mangelnde Kenntnis und Vernachlässigung der internationalen Wirtschaft, des Welthandels und ihrer Bedingungen vor. Eine bessere Kooperation von politischen, wirtschaftlichen und Pressereferenten hinsichtlich nahezu optimaler Pressearbeit wurde in der Politik und in Unternehmen zunehmend bedeutsam und durch die Schülersche Reform in das Organigramm des Amtes aufgenommen. Heute ist sie nicht mehr wegzudenken.

Die Autorin des vorliegenden Buches hat gewissermaßen den praktischen Informationsstand zum Pressewesen der Gegenwart auf einen feinen und gut leserlichen Punkt gebracht, ohne die klassischen Fragen zu vernachlässigen. Letztere finden speziell in Kapitel zwei (27ff.) Erwähnung. Sie hat damit ein kleines Kompendium für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geschaffen, welches einen glasklaren Überblick über das Verständnis und die Aufgaben der PR darbietet und weder die eingangs benannten klassischen Problemstellungen noch aktuelle Themen und Entwicklungen vermissen läßt. Puttenat behandelt Konzeptionen, Pressearbeit, PR-Veranstaltungen, Interne Kommunikation und auch die neuen Medien. Das gesamte letzte inhaltliche Kapitel (133ff.) ist dem Thema Weblog, Podcast und Co gewidmet und führt völlig kompetent in diese neuen Plattformen des medialen Informationsaustausches ein. Spätestens dies sollte für die Eiferer dieser Branche Grund genug sein, sich ein Handbuch über Pressearbeit zuzulegen.

Das vorliegende Praxishandbuch Presse und Öffentlichkeitsarbeit liefert schlichtweg Basiswissen zum Verständnis von Public Relations, und zwar mittels eines synergetischen Effektes, den es erzielt über die Verknüpfung sämtlicher Sachfragen zum Thema - ob alt oder neu. Es wirkt damit ganz bewußt jener Erfahrung entgegen, die viele machen, wenn sie sich dieser Arbeit neu widmen: Bei Arbeitsbeginn bleibt nicht viel Einarbeitungszeit, vieles eignet man sich selbst an, versteht aber noch nicht die genauen Hintergründe, und wesentliche Kenntnisse muß sich ein Pressereferent ohne Zweifel nebenbei selbst durch die weiterführende Lektüre sofort aneignen. Genau für jene Situationsbeschreibung ist das übersichtlich gegliederte Buch ein sehr geeignetes Produkt, das als optimaler Leitfaden für alle dient, die sich einer spannenden Arbeit neu stellen und diese nach und nach bewältigen möchten.

Das vorgetragene solide Basiswissen gipfelt am Ende in acht Geboten guter Pressearbeit (149ff.). Erwähnenswert sind diese deshalb, weil sie zusammengefaßt das darbieten, was beachtet werden muß und wonach man sich richten kann. Gute Pressearbeit müsse achten auf: Vielfältigkeit, Langfristigkeit, Dialogorientierung, Transparenz, positive Wirkung, Glaubwürdigkeit, meinungsbildende Effekte und Kreativität.

Kurz: Dieses Buch hält ein, was es in der Einleitung verspricht: Es vermittelt in der Tat Freude an der faszinierenden Arbeit in und mit der Kommunikation. Das Auswärtige Amt der Weimarer Republik hätte es damals gebraucht.

8 von 10 Sternen

Vorgeschlagen von [Daniel Bigalke](#)  
[26. Januar 2008]