

Albert Oeckl

Zusammenstellung der Texte

Gitta Baumann, Tobias Liebert, Katja Rösener

Inhalt:

1 Einführung und Kurzlebenslauf (G.B., K.R., T.L.).....	1
2 Ausbildung und Berufsweg (G.B., K.R., T.L.)	2
2.1 Vorbemerkung zu Herkunft und Kindheit	2
2.2 Ausbildung und berufliche Tätigkeit bis 1945	2
2.3 Beruflicher Neubeginn	2
2.4 Nebenberufliches Engagement für Ausbildung und Beruf	3
2.5 Hauptfunktionen.....	3
3 Besondere Leistungen im Hinblick auf PR-Praxis (G.B., K.R.).....	4
3.1 Oeckls Arbeit in Unternehmen.....	4
3.2 Oeckls Vereinsarbeit	4
4 Besondere Leistungen im Hinblick auf PR-Wissenschaft und Lehre (G.B., K.R., T.L.)	5
4.1 Wissenschaftliche Einordnung und Definition von PR.....	5
4.2 Konzeptionslehre und PR-Techniken.....	6
4.3 Wichtige Publikationen	7
5 Forschungsstand und kritische Anmerkungen (G.B., K.R., T.L.).....	7
6 Anhang	9
6.1 Die Autoren der Texte über Albert Oeckl.....	9
6.2 Literaturverzeichnis (insbes. Hausarbeit von K.R.)	9

1 Einführung und Kurzlebenslauf (G.B., K.R., T.L.)

Albert Oeckl (* 27.12.1909; † 21.4.2001) gilt heute als einer der wichtigsten PR-Pioniere im Nachkriegsdeutschland. Im Berufsfeld Public Relations übernahm er zu seiner Zeit in der alten Bundesrepublik, basierend auf seiner langjährigen praktischen Erfahrung in mehreren gesellschaftspolitischen Systemen, eine Vorreiter-Rolle. Mit seinem Namen wird das deutsche Synonym für PR *Öffentlichkeitsarbeit* verbunden, obwohl er – wie PR-geschichtliche Forschungen zeigen – nicht der „Erfinder“ dieses Begriffes ist. Als Erster unternahm er in Deutschland auch den Versuch, theoretisches Wissen mit praktischer Erfahrung zu verknüpfen. Anhand nationaler und internationaler Fachliteratur versuchte er, eine Art Überblick über die damals aktuelle Fachdiskussion zu bieten und PR als Wissenschaft zu legitimieren. 1958 war er Mitgründer der *Deutschen Public Relations Gesellschaft* (DPRG), deren langjähriger Präsident er später wurde. Bemerkenswert ist auch seine Tätigkeit in internationalen Berufsverbänden.¹

Kurzlebenslauf von Albert Oeckl

* 27. Dezember 1909; † 21. April 2001²

- 1929-1933 Studium der Rechtswissenschaften und Volkswirtschaft in München und Berlin
- 1933 Beitritt zur NSDAP und Mitarbeiter des Propagandaministeriums
- 1934 Promotion, Thema: „Die deutsche Angestelltenschaft und ihre Wohnverhältnisse“
- 1936-1939 Mitarbeiter der IG Farben in Berlin
- 1939 Einberufung zur „Baulehrkompanie“ in Brandenburg
- 1940 Beförderung zum Feldwebel
- ab 1941 Auslandseinsätze für das Oberkommando der Wehrmacht
- 1945-1947 Berufsverbot als ehemaliger NSDAP-Angehöriger
- 1949-1950 Assistent beim Bundestagsabgeordneten Dr. Rudolf Vogel (CDU)
- 1950-1959 Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit beim *Deutschen Industrie- und Handelstag* (DIHT)
- 1954-1978 Mitglied des *British Institute of Public Relations* (BIPR)
- 1958 Mitbegründer der *Deutschen Public Relations Gesellschaft* (DPRG)
- 1959-1974 Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der *Badischen Anilin- und Soda-fabrik* (BASF)
- 1960 *Confédération Européenne des Relations Publiques* (CERP)
- 1960 Mitglied der *International Public Relations Association* (IPRA)
- 1960 Vorlesungen über Public Relations, Kommunikationswissenschaft und Sozialpsychologie

¹ Quellenangaben und Literaturhinweise zu Oeckl erfolgen im weiteren Verlauf der Darstellung. Hier sei zunächst auf Mattke 2006 verwiesen. Oeckl fehlt auch im Online-Lexikon Wikipedia nicht: http://de.wikipedia.org/wiki/Albert_Oeckl Zur Geschichte des Begriffes *Öffentlichkeitsarbeit* vor Oeckl siehe Liebert 2003, S. 40, 44f., 55, 67f., 129-133.

² Mit Oeckls Biografie beschäftigen sich vor allem Mattke 2005 bzw. 2006, Bentele 2005 und Heinelt 2003. Auf die Rolle Oeckls für die „deutsche Standesgeschichte“ der PR wies u. a. bereits Szyszka (1997, S. 112-125) hin. Kunczik (1993, S. 108-116) thematisierte seine ideengeschichtliche Bedeutung für die PR. Die genauen bibliografischen Angaben finden sich am Schluss der Darstellung.

- 1960-1968 Lehrauftrag an der Universität Heidelberg
- 1961-1967 DPRG-Präsident und seit 1986 Ehrenpräsident
- 1963-1965 CERP-Vizepräsident
- 1967-1979 IPRA-Präsident der deutschen Landesgruppe
- 1974-1978 Professur an der Internationalen Universität Rom für Sozialpsychologie und Public Relations
- 1975-1976 Lehrauftrag an der Universität Augsburg
- 1994 Vorlesung in Leipzig: *Ein halbes Jahrhundert Öffentlichkeitsarbeit*

2 Ausbildung und Berufsweg (G.B., K.R., T.L.)

2.1 Vorbemerkung zu Herkunft und Kindheit

Albert Oeckl wurde am 27.12.1909 in Nürnberg geboren und verstarb am 21. April 2001 in Heidelberg. Seine Kindheit verbrachte Oeckl in Nürnberg, wo er bei seinem Vater, einem Bankangestellten, aufwuchs. Seine Mutter verstarb früh. Die neue Ehefrau des Vaters brachte einen weiteren Sohn mit in die Familie. Nachdem Oeckl erst in Nürnberg und später in Amberg das humanistische Gymnasium besuchte, schloss er im März 1929 das Abitur ab.

2.2 Ausbildung und berufliche Tätigkeit bis 1945

Im Anschluss an das Abitur im Jahr 1929 studierte Oeckl Rechtswissenschaften und Volkswirtschaften an den Universitäten München und Berlin. 1933 machte er sein Abschlussexamen in München. Es folgte die Promotion zum Doktor der Staatswissenschaften (Dr. oec. publ.) 1934 in München. Das Thema seiner Dissertation lautete: „Die deutsche Angestelltenschaft und ihre Wohnverhältnisse“. Am 1. Mai 1933 wurde Oeckl Parteimitglied der NSDAP.³ Ein Jahr später absolvierte er als Referendar im Reichspropagandaministerium in der Landesstelle München seinen juristischen Vorbereitungsdienst. Von 1936 bis 1939 arbeitete er für die IG Farben in Berlin. Oeckl war erst für die Presse-, später für die Direktionsabteilung der *IG Farben* tätig. Zunächst war er verantwortlich für die Vermarktung der hauseigenen Rohstoffprodukte (bspw. Leuna-Benzin, Vistra-Kunstfasern). Während Oeckl 1939 zur Baulehrkompanie in Brandenburg/Havel einberufen wurde, arbeitete er parallel weiter für die 2. Presseabteilung der *IG Farben* – die Direktionsabteilung. Nach seiner Beförderung zum Feldwebel 1940 endete sein offizielles Arbeitsverhältnis mit der *IG Farben*. Als ehemaliger NSDAP-Angehöriger erhielt er von 1945-1947 Berufsverbot.

2.3 Beruflicher Neubeginn

Ein beruflicher Neubeginn gelang Oeckl 1949, kurz nach Bildung des ersten Deutschen Bundestages, mit der Anstellung als Assistent bei einem Bundestagsabgeordneten der CDU, namens Dr. Rudolf Vogel.⁴ In dieser Zeit entstand auch die Idee zu einer Adresssammlung, die

³ Vgl. Mattke 2005, S. 33. Auch die übrigen bibliografischen Angaben in dieser Darstellung stammen aus Mattke sowie aus Heinel 2003. Vgl. auch Bentele 2005.

⁴ Bentele 2005, S. 585.

er später in Form eines Buches unter dem Titel *Taschenbuch des öffentlichen Lebens* veröffentlichte (Wichtige Publikationen). Im April 1950 wurde Oeckl Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit beim *Deutschen Industrie- und Handelstag* (DIHT). Unter seiner Leitung wird dort eine Pressestelle eingerichtet. Im Alter von 50 Jahren schied Oeckl aus dem Unternehmen und wurde Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der *Badischen Anilin- und Sodafabrik* (BASF). Von 1959 bis 1975 oblagen ihm die Aufgaben der internen und externen Kommunikation.⁵

Ab 1960 hielt Albert Oeckl Vorträge über Public Relations, Kommunikationswissenschaften und Sozialpsychologie. Er hatte Lehraufträge an verschiedenen Universitäten, beispielsweise in Heidelberg und Augsburg. Diese Lehraufträge, gefolgt von seiner Professur an der Internationalen Universität Rom für Sozialpsychologie und Public Relations von 1974 bis 1978, gaben Oeckl einen akademischen Hintergrund für seine praktische Laufbahn. Bis ins hohe Alter gab er seine Erfahrungen an Studenten weiter. So referierte Albert Oeckl noch 1994 im stolzen Alter von 84 Jahren über *Ein halbes Jahrhundert Öffentlichkeitsarbeit* an der Universität Leipzig.

2.4 Nebenberufliches Engagement für Ausbildung und Beruf

Verschiedene nationale und internationale verbandspolitische Tätigkeiten kennzeichneten Oeckls Lebensweg. Im Jahr 1958 war er Mitbegründer der *Deutschen Public Relations Gesellschaft* (DPRG), 1961 bis 1967 sogar deren Präsident und ab 1986 Ehrenpräsident (siehe auch Oeckls Vereinsarbeit).⁶ Im europäischen Ausland war er besonders in Frankreich und England aktiv. 1954 bis 1978 war Oeckl Mitglied des *British Institute of Public Relations* (BIPR) und ab 1960 Mitglied des *Confédération Européenne des Relations Publiques* (CERP), deren Vizepräsident er von 1963 bis 1965 war. Seit 1960 war er auch der *International Public Relations Association* (IPRA) angeschlossen und wurde einige Jahre später der Leiter der deutschen Landesgruppe

2.5 Hauptfunktionen

- 1950-1959 Geschäftsführer und Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit beim *Deutschen Industrie- und Handelstag* (DIHT)
- 1959-1974 Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der *Badischen Anilin- und Sodafabrik* (BASF)
- 1958 war er Mitbegründer der *Deutschen Public Relations Gesellschaft* (DPRG: 1961-1967 deren Präsident und seit 1986 deren Ehrenpräsident)
- 1960-1995 Lehrtätigkeit an verschiedenen Universitäten, z. B. Heidelberg, Augsburg, Leipzig

⁵ Vgl. Mattke 2005, S 131.

⁶ Oeckl wird auch im Zusammenhang mit dem 50-jährigen Gründungsjubiläum der DPRG 2008 erwähnt. Vgl. http://preport.de/fileadmin/dateien/editorial_content/PDFs/DPRG50.pdf

3 Besondere Leistungen im Hinblick auf PR-Praxis (G.B., K.R.)

3.1 Oeckls Arbeit in Unternehmen

Albert Oeckl erreichte durch seine langjährige PR-Arbeit beim DIHT und bei BASF ein hohes Niveau an fachlicher Kompetenz sowie praktischem Know-how. Die Einrichtung einer Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Unternehmensstruktur von BASF war wegweisend für deutsche Unternehmen.

Unter Oeckls Leitung wurden Pressestellen in Betrieben eingerichtet, die es zuvor in dieser Form in der deutschen Industrie nicht gegeben hatte. Er organisierte Abteilungen mit unterschiedlichen Funktionen und bearbeitete und überwachte selbst die Verwaltung und das Personal. Die Aufstellung und die Kontrolle des Etats fielen ebenfalls in seinen Verantwortungsbereich. Der Pressestelle oblagen Aufgaben der internen und externen Öffentlichkeitsarbeit. Dazu zählten u. a. die Aktionärsbetreuung (Geschäftsberichte, Aktionärsbriefe), die Vorbereitung und Durchführung der Hauptversammlung, Veröffentlichungen (z. B. *contact*-Briefe), die Spendenbearbeitung, Spezialgeschenke (z. B. Begutachtung und Ankauf von Kunstgegenständen), die Schulbetreuung (Schülerzeitungsgemeinschaft, Schulbücher, Unterrichtstafeln und Demonstrationsmaterial des Unternehmens) usw. Auch die ständige Beobachtung der praktischen und theoretischen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit im In- und Ausland gehörte zu den Aufgaben der Pressestelle.⁷

3.2 Oeckls Vereinsarbeit

1958 war Oeckl einer der Gründungsmitglieder der *Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V.* (DPRG). Die Bildung der DPRG-Grundsatzkommission erfolgte 1962 durch Albert Oeckl und mit ihr wurden erstmalig deutsche PR-Grundsätze eingeführt. Als Berufsverband der Public-Relations-Fachleute in Deutschland ist es der DPRG bis heute ein zentrales Anliegen, ihre Mitglieder bei berufsständischen Fragen zu unterstützen.

Neben anderen Aufgaben stellt die Förderung des Nachwuchses einen Schwerpunkt dar. Oeckl initiierte bereits 1962 Public-Relations-Lehrgänge und entwickelte drei Jahre später ein Zehn-Punkte-Programm für Ausbildung und Forschung. Aufgrund seiner Dozententätigkeit und seiner Lehraufträge an Universitäten in verschiedenen Ländern war ihm ein intensiver Erfahrungsaustausch mit jungen Studenten möglich. Oeckls Nachlass im Bezug auf die Ausbildung des akademischen Nachwuchses wird bis heute geehrt. Bis zu seinem Tod war Albert Oeckl Ehrenmitglied in der DPRG. Seit 1985 verleiht die DPRG alle zwei Jahre den *Albert-Oeckl-Preis* an herausragende wissenschaftliche Abschlussarbeiten von Studenten. (siehe auch Nebenberufliches Engagement für Ausbildung und Beruf)⁸

⁷ Vgl. vor allem Matke 2005, S. 131.

⁸ „Der Albert-Oeckl-Wissenschaftspreis ist ein von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) und der BASF SE gestifteter Nachwuchs-Preis. Er wird in der Regel im Zweijahresrhythmus verliehen und soll herausragende wissenschaftliche Abschlussarbeiten prämiieren und damit den PR-Nachwuchs fördern. Erstmals wurde er im Jahr 1985 vergeben. Professor Dr. Albert Oeckl, der 2001 verstorbene Namensgeber für diesen Nachwuchspreis, war Ehrenpräsident der DPRG.“ (<http://www.dprg.de/Meldungen/Auszeichnung-fuer-kommunikative-Spitzenleistung/707>)

4 Besondere Leistungen im Hinblick auf PR-Wissenschaft und Lehre (G.B., K.R., T.L.)

4.1 Wissenschaftliche Einordnung und Definition von PR

Albert Oeckl hat als einer der ersten PR-Praktiker und PR-Schaffenden überhaupt versucht, die Materie Public Relations in Deutschland fassbar und nachvollziehbar zu machen. (In seinen Büchern und Vorträgen.) In seinen Definitionen von Öffentlichkeitsarbeit, später synonym Public Relations, spiegelt sich zunächst sein Versuch wieder, eine wissenschaftliche Standortbestimmung zu vollziehen. Anhand dieser Definitionen lassen sich später auch die Veränderungen des PR-Verständnisses und damit verbunden der soziale Wandel in Deutschland von den Nachkriegsjahren bis in die 1990er-Jahre ablesen. Oeckl nahm Abgrenzungen zu anderen Kommunikationsformen und -begriffen vor, um, so sagte er, „die oftmals enge Zusammenarbeit zwischen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu erleichtern“, und er diskutierte Schlüsselbegriffe wie z. B. „Image“.⁹

Definitionen von Öffentlichkeitsarbeit

„Entstanden aus langjähriger praktischer Erfahrung, zahllosen Diskussionen, Studium der aus- und inländischen Fachliteratur und vielfältigen eigenen Überlegungen (...)“ (Oeckl 1964, S. 42):

Obwohl Oeckls Auffassung von Öffentlichkeitsarbeit als das „bewusste, geplante und dauernde Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen aufzubauen und zu pflegen“ erst mit seinem Handbuch 1964 (S. 42) einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wurde, hat sie eine längere Vorgeschichte, die sich über Vorträge und Aufsätze hinzog. Mattke (2006, S. 249) schreibt über die Definition von 1964: „Damit kombinierte Oeckl die unter seiner Regie von einer Grundsatzkommission geschaffene Public-Relations-Definition der DPRG aus dem Jahre 1962 (auf die er zuvor – bis auf eine Ausnahme – in eigenen Beiträgen allerdings keinen Bezug nahm)¹⁰ mit der des BIPR (*British Institute of Public Relations* – d. Verf.), auf die Oeckl in eigenen Beiträgen seit 1954 zurückgriff.“¹¹

Oeckls Definition von Öffentlichkeitsarbeit 1961:

Das „planmäßige und unermüdliche Bemühen, gegenseitiges Verstehen und Vertrauen zwischen einem Auftraggeber und der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen“ (Oeckl 1961, S. 25).¹² Dies sei, so Oeckl, nur über die Kommunikation möglich. Daraus schloss er, dass die Öffentlichkeitsarbeit als „Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft“ anzusehen sei, wo sie auch heute noch an den Universitäten meist angesiedelt ist.

⁹ Vgl. Oeckl 1964, 1976, 1981, 1988 und 1993. Vor allem seine Handbücher von 1964 und 1976 waren einflussreich.

¹⁰ Laut Mattke 2006, Fußnote 937: „Public Relations sind das bewusste und planmäßige Bemühen um Verständnis sowie Ausbau und Pflege von Vertrauen in der Öffentlichkeit“ (Oeckl, Albert: Zuviel oder zuwenig Öffentlichkeitsarbeit. In: FAZ vom 27.12.1962).

¹¹ Laut Mattke 2006, Fußnote 938: „Public Relations ist das entschiedene, planmäßige und unermüdliche Bemühen, gegenseitiges Verständnis zwischen einer Institution und der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.“ (Oeckl 1959, S. 463)

¹² Nach Mattke 2006, S. 247, und Bentele 2004.

Oeckl ergänzt seine bisher dargestellte Definition 1964 (S. 36f.) wie folgt:

Öffentlichkeitsarbeit sei als Arbeit *mit* der Öffentlichkeit, Arbeit *für* die Öffentlichkeit und Arbeit *in* der Öffentlichkeit anzusehen. 1976 (S. 15, 19) übernahm Oeckl die Formel des amerikanischen PR-Gründervaters Bernays:¹³ Öffentlichkeitsarbeit = Information + Anpassung + Integration. Zugleich formulierte Oeckl 1976 (S. 303ff.) 15 Thesen zur Öffentlichkeitsarbeit, nach Kunczik (1993, S. 113ff.) eine „Berufsideologie“ der PR.

In den *1980er-Jahren* veränderte Oeckl seine PR-Grundthese aufgrund des Wandels in der Gesellschaft und entwickelte den „gesellschaftsorientierten Ansatz“, in dem die Öffentlichkeitsarbeit als a) „Schlüssel gesellschaftlicher Konfliktlösung“ und b) als „Teil moderner Unternehmenskommunikation“ („Corporate Communications“) gesehen wird. Damit änderte sich seine Sichtweise: „Adaption, Anpassung gilt heute nur noch sehr bedingt, wesentlich wichtiger ist Stellung nehmen“ (Oeckl 1989, S. 23).

Daraus folgte 1989 seine *neue Definition* von Öffentlichkeitsarbeit:

„ÖA – und synonym verwendet Public Relations (PR) – ist „two way-Kommunikation, ist das Kommunizieren einer Institution oder Person mit ihren internen und externen Öffentlichkeiten in jeder denkbaren Form mit den Hauptzielsetzungen Gewinnung bzw. Erhaltung oder Wiedergewinnung von Verständnis und Vertrauen sowie positive Imagegestaltung, also mit eindeutig immaterieller Orientierung“ (Oeckl 1989, S. 17).

4.2 Konzeptionslehre und PR-Techniken

Im 4-Phasen Modell fasste Oeckl die einzelnen Schritte des PR-Planungsprozesses in vier wesentliche Phasen zusammen:¹⁴

Im *ersten* Schritt, der Untersuchung der Ausgangslage, finden Diagnose, Sammlung aller erreichbaren Unterlagen, Erforschung des Vorstellungsbildes und Analyse statt.

Der *zweite* Schritt beinhaltet die Planung von Zielsetzung und Erscheinungsbild (Image), das Bestimmen von Zielgruppen, die Wahl der einzusetzenden Medien, das Festlegen des zeitlichen Ablaufes, der Höhe des Etats sowie von Strategie und Taktik.

Im *dritten* Schritt, der Durchführung, geht es um a) die Ansprache der Medien und b) die Informationsgebung z. B. auch durch Bilder oder informationsvermittelnde Anzeigen, durch Herstellung eigener Medien, Aktionen und Veranstaltungen und die Integration der gesamten Organisation.

Der *vierte* und letzte Schritt befasst sich mit der Wirkungskontrolle. Diese beginnt zunächst mit einem Pretest, bei dem nach dem Image vor einer Kampagne gefragt wird und an welchen sich (aber nicht zwingend) eine nachträgliche Untersuchung des Images einer Kampagne, der Posttest, anschließen kann. Wichtig in diesem Bereich ist nach Oeckl auch die Nutzung unterschiedlicher Testmittel unter Berücksichtigung der finanziellen und zeitlichen Möglichkeiten, der methodischen Fähigkeiten sowie des Verständnisses für die Notwendigkeit der Kontrolle.

¹³ Vgl. dazu Mattke 2006, S. 251.

¹⁴ Oeckl 1976, S. 216ff.

Die Auswertung über die Rückkopplung aller eingetretenen Erfahrungen und die Schlussfolgerung, ob und wie Meinung und Verhalten der Rezipienten beeinflusst, verändert oder gewandelt wurden, bildet in diesem vierten Schritt die Grundlage für einen Soll-Ist-Vergleich und damit für eine neue PR-Planung. Somit schließt sich der Kreis.

4.3 Wichtige Publikationen

- 1950: Begründung des Taschenbuches des Öffentlichen Lebens (TBÖ)
- 1964: Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt. München: Süddeutscher Verlag.
- 1976: PR-Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf/Wien: Econ.
- 1981: Public Relations Politik. Düsseldorf: Econ.
- 1988: Glaubwürdigkeit contra Angst – Kursbestimmung der Öffentlichkeitsarbeit. In: Schulze-Fürstenow, Günther (Hrsg.) (1988): PR-Perspektiven. Beiträge zum Selbstverständnis gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Neuwied: Luchterhand, S. 13-26.
- 1993: Anfänge der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit. In: Fischer, Heinz D./Ulrike Wahl (Hrsg.) (1993), S. 33-45.

5 Forschungsstand und kritische Anmerkungen (G.B., K.R., T.L.)

Um die Jahrtausendwende erschienen mehrere sein Lebenswerk würdigende Aufsätze über Oeckl, zunächst anlässlich seines neunzigsten Geburtstages am 27. Dezember 1999, dann als Nachrufe auf seinen Tod am 23. April 2001. Günter Bentele, PR-Professor in Leipzig, bezeichnete ihn als „den nach wie vor bekanntesten deutschen Vertreter der PR-Branche“. Oeckl sei neben Carl Hundhausen der „anerkannteste PR-Nestor“ (Bentele 2000). „Wie kein anderer hat Albert Oeckl ein halbes Jahrhundert lang die deutsche Berufs- und Standesgeschichte geprägt und an der Entwicklung der europäischen PR-Arbeit maßgeblich mitgewirkt“, meinte Peter Szyszka (2001). Die Demoskopin Noelle-Neumann (2001) charakterisierte Oeckl als „echten Pionier“, der das „ganz neue Feld der Öffentlichkeitsarbeit“ gezimmert und als Lehrfach etabliert habe. „Er entwickelte, was man heute leicht ‚Philosophie‘ nennt. Der Kern bestand in dem insistierend bei jeder Gelegenheit verdeutlichten Unterschied zwischen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.“¹⁵

2005 legte Christian Mattke an der Universität Leipzig eine faktenreiche Dissertation mit biographischem Schwerpunkt über Albert Oeckl vor. „Zwischen Leben und Werk besteht insbesondere im Falle Oeckls eine außergewöhnlich enge Verknüpfung, in deren praktischer Entsprechung sich die Grenzen zwischen der Privatperson und dem Öffentlichkeitsarbeiter Albert Oeckl deutlich zugunsten der Profession verlagerten.“ (Mattke 2006, S. 309) Mattkes „Doktorvater“ Günter Bentele kannte Oeckl persönlich. Nach Bentele sei Albert Oeckl Gründungsvater und symbolische Figur der PR-Branche. Seine Artikel und Bücher dienten heute als

¹⁵ Bentele, Günter (2000): Prof. Dr. Albert Oeckl 90 Jahre. Vorabveröffentlichung aus PR Forum 6. Jg. (2000), Nr. 1. In: www.prforum.de/prfor/arch/ar1-00_2.htm (Abruf von 2002). Noelle-Neumann, Elisabeth (2001): Tue Gutes und rede darüber. Als in der deutschen Kultur Reklame noch als verächtlich galt, erfand Albert Oeckl das neue Feld der Öffentlichkeitsarbeit. In: Die Welt, 28. April 2001. Szyszka, Peter (2001): Nachruf. Ein Leben für die „Öffentlichkeitsarbeit“. Prof. Dr. Albert Oeckl starb... In: www.pr-guide.de/beitraege/p010501.htm (Abruf von 2002).

wichtige historische Quellen. Oeckl habe zwar keine wissenschaftliche Theorie, aber eine Art praktischen PR-Leitfaden entwickelt, der sich auf seiner langjährigen beruflichen Erfahrung begründet.

Ähnlich intensiv wie Mattke hat sich Peer Heinelt mit Oeckl beschäftigt. Er kritisiert vor allem Oeckls berufliche Tätigkeit vor 1945 und damit eine behauptete Kontinuität zwischen der Kommunikationsarbeit unter der NS-Diktatur und in der demokratischen Bundesrepublik. Im Dritten Reich erwarb Oeckl wichtige praktische, organisatorische und konzeptionelle Kenntnisse während seiner Arbeit im Propagandaministerium, bei der *Vereinigung Carl Schurz* (VCS)¹⁶ und in der *IG Farben*. Heinelt bemängelt beispielsweise, dass Oeckl während geheimer militärischer Auslandseinsätze als Verbindungsmann zwischen dem *Amt für Ausland/Abwehr* und dem *IG-Farben*-Geschäftsführer Max Ilgner fungierte.¹⁷ Außerdem sollen ihm seine Kontakte aus der NS-Zeit den beruflichen Neubeginn nach dem Krieg ermöglicht haben. Bentele argumentiert dagegen, dass Oeckl nie einen nationalsozialistischen Grad und auch keine Weisungsbefugnisse besaß.

Mattke sieht zwar bei Oeckl vor und nach 1945 auch persönlich-biografische und professionell-handwerkliche Kontinuitäten, wertet diese aber differenzierter und zieht andere Schlüsse als Heinelt. Trotz der gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen im NS-Staat habe Oeckl „ausgerechnet mit dem Berufseinstieg im späteren Kriegsverbrecherkonzern *I.G. Farben* Bedingungen“ vorgefunden, „unter denen er die Grundbegriffe der PR erlernen konnte“. „Es gab demnach trotz der nationalsozialistischen Einflüsse unter bestimmten Bedingungen ‚Nischen‘, in denen auch auf kommunikativem Gebiet mehr fachlich als politisch agiert werden konnte.“ (Mattke 2006, S. 309)

Im als Standardwerk etablierten „Handbuch Public Relations“ nimmt Oeckl gebührenden Platz im Kapitel über „Praktikertheorien“ ein (Bentele/Fröhlich/Szyszka 2008, S. 118-120).¹⁸ Kunczik in seinem Theorie-Überblicksbuch zur PR (1. Auflage von 1993) beginnt sein Kapitel „Anfänge der PR-Theorie in Deutschland“ mit Albert Oeckl (S. 108-116) und charakterisiert ihn dort als den bis dahin meistzitierten deutschen PR-Autor (S. 108).

¹⁶ Die VCS wurde 1926 als deutsch-amerikanische Freundschaftsgesellschaft gegründet, entwickelte sich jedoch als Instrument des Auswärtigen Amtes zu einem Teil des nationalsozialistischen Propagandaapparates, dessen Aufgabe es war, den US-Bürgern ein positives Bild vom Dritten Reich zu vermitteln. (K.R.) Zur Carl-Schurz-Vereinigung siehe auch bei Mattke (S. 32, 34, 48f., 100). Benannt ist sie nach einem deutschen Liberalen aus der Revolution von 1848, der in die USA auswanderte, dort den Wahlkampf von Lincoln unterstützte und es selbst zum Senator sowie Innenminister brachte. Weiterführende Hinweise auch unter: Brantz, Rennie W.: German-American Friendship. The Carl Schurz Vereinigung, 1926-1942. In: *The International History Review*, XI, 2, Mai 1989, S. 205-408. Wilhelm, Cornelia: Bewegung oder Verein? Nationalsozialistische Volkstumspolitik in den USA. Stuttgart: Franz Steiner, 1998. (T.L.)

¹⁷ Heinelt (2003, 99) charakterisiert Oeckls Arbeit teilweise explizit als „Geheimdiensttätigkeit“. Und: „Dass Oeckl (...) nicht nur Kenntnis von der Raub-, sondern auch von der Ausbeutungs- und Vernichtungspolitik des IG-Konzerns hatte, lässt sich zwar vermuten, aber nicht beweisen.“

¹⁸ Im Aufsatz von Michael Kunczik und Peter Szyszka, S. 110ff. Oeckls Unterscheidung von Öffentlichkeitsarbeit und Werbung wird im Aufsatz von Romy Fröhlich (S. 103) aufgegriffen, ohne allerdings explizit auf Oeckl einzugehen.

6 Anhang

6.1 Die Autoren der Texte über Albert Oeckl

G.B. = Gitta Baumann

K.R. = Katja Rösener

T.L. = Tobias Liebert

Die Ursprungstexte wurden von G.B. und K.R. im Rahmen des Seminars „PR-Geschichte“ unter Leitung von Günter Bentele und Stefan Wehmeier verfasst. K.R. legte im Wintersemester 2005/2006 eine entsprechende Hausarbeit vor. Für einen zwischenzeitlichen formalen Korrekturgang gilt Ronald Hild Dank. Die Texte wurden später von T.L. zwei Mal bearbeitet und ergänzt.

6.2 Literaturverzeichnis (insbes. Hausarbeit von K.R.)

Bentele, Günter (2005): Oeckl, Albert. In: Heath, Robert L. (Editor) (2005): Encyclopedia of Public Relations. Volume 2. Thousand Oaks (California): Sage Publications. S. 585.

Bentele, Günter (2004): Reader „Öffentlichkeitsarbeit/PR: Einführung in Theorie und Praxis“. Leipzig: Univ., Lst. ÖA/PR (unveröffentlicht).

Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. Auflage.

Heinelt, Peer (2003): PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. Berlin: Karl Dietz Verlag.

Kunczik, Michael (1993): Public Relations. Konzepte und Theorien. Köln; Weimar; Wien: Böhlau. S. 108-116.

Liebert, Tobias (2003): Der Take-off von Öffentlichkeitsarbeit. Beiträge zur theoriegestützten Real- und Reflexions-Geschichte öffentlicher Kommunikation und ihrer Differenzierung. Leipzig: Univ., Inst. f. KMW.

Mattke, Christian (2006 bzw. 2005): Albert Oeckl – sein Leben und Wirken für die deutsche Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. (Zugl.: Dissertation, Universität Leipzig, 2005).

Oeckl, Albert (1964): Handbuch der Public Relations. Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt. München: Süddeutscher Verlag.

Oeckl, Albert (1976): PR-Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit. Düsseldorf/Wien: Econ.

Oeckl, Albert (1981): Public Relations Politik. Düsseldorf: Econ.

Oeckl, Albert (1988): Glaubwürdigkeit contra Angst – Kursbestimmung der Öffentlichkeitsarbeit. In: Schulze-Fürstenow, Günther (Hrsg.) (1988): PR-Perspektiven. Beiträge zum Selbstverständnis gesellschaftsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. Neuwied: Luchterhand. S. 13-26.

Oeckl, Albert (1993): Anfänge der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit. In: Fischer, Heinz D.; Wahl, Ulrike (Hrsg.): Public Relations. Geschichte, Grundlagen Grenzziehungen. Öffentlichkeitsarbeit. Frankfurt am Main: Lang. S. 15-31.

Szyszka, Peter (Hrsg.) (1997): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin: Vistas. Insbesondere S. 9-12 und 111-119.

Mehrere Nachrufe auf Albert Oeckl.

Zum *Gesamtwerk Oeckls* siehe in Mattke 2006, S. 315ff.