

Ernst Sodeikat

Zusammenstellung der Texte

Jule Lieber, Tobias Liebert

Inhalt:

1	Einleitung (J.L., T.L.).....	1
1.1	Pressestellen-Profi mit Evaluations-Interesse	1
1.2	Nachhaltige Wirkungen?.....	2
2	Biografie (J.L., T.L.)	3
2.1	Danziger Zeit.....	3
2.2	Niedersächsische Zeit.....	4
3	PR-Verständnis (J.L., T.L.)	4
3.1	Verständnis von Pressearbeit versus Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations.....	4
3.2	Partnerschaft von Pressearbeit und Journalismus	5
4	Evaluation der Pressearbeit (J.L., T.L.).....	5
4.1	Pionier der Medienresonanzanalyse.....	5
4.2	Initiative liegt überwiegend bei der Pressestelle	6
5	Instrumente der Pressearbeit (J.L.).....	7
5.1	Pressemitteilungen	7
5.2	Pressekonferenz.....	7
5.3	Pressefahrt (Pressebesichtigung, -reise).....	7
5.4	Weitere Instrumente der Pressearbeit.....	7
6	Praktische Empfehlungen (J.L.)	8
6.1	Leitsätze für die Pressearbeit.....	8
6.2	Der ideale Leiter einer Pressestelle	8
7	Anhang	9
7.1	Die Autoren der Texte über Ernst Sodeikat	9
7.2	Literaturverzeichnis (insbesondere Seminararbeit von J.L. und einschließlich allgemeiner Literatur zur PR der 1950er-Jahre).....	9

1 Einleitung (J.L., T.L.)

Ernst Sodeikat (1899-1970) war ein PR-Akteur der 1950er-Jahre in der westdeutschen Bundesrepublik, der bis heute in der PR-Geschichtsforschung noch nicht substanziell beachtet wurde. Die Beschäftigung mit ihm im Seminar *Geschichte des Kommunikationsmanagements* an der *Universität Leipzig* unter Leitung von Günter Bentele konnte damit nicht auf elaborierte Vorarbeiten zurückgreifen.

1.1 Pressestellen-Profi mit Evaluations-Interesse

Sodeikat war Pressestellenleiter des *Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft und Verkehr*. Angelehnt an seine dortige Arbeit und die gewonnenen Erfahrungen veröffentlichte er zwei Buchpublikationen: „Sind Pressestellen notwendig?“

(1953) und „Der Verkehr mit der Presse. Der Presse-Knigge“ (1955/56, 1958 nochmals aufgelegt). Zuvor verfasste er den Zeitschriftenartikel „Die Auswertung schriftlicher Presseinformationen durch die Presse“ (1952), danach „Aufgaben und Praxis der Pressestellen“ (1958).

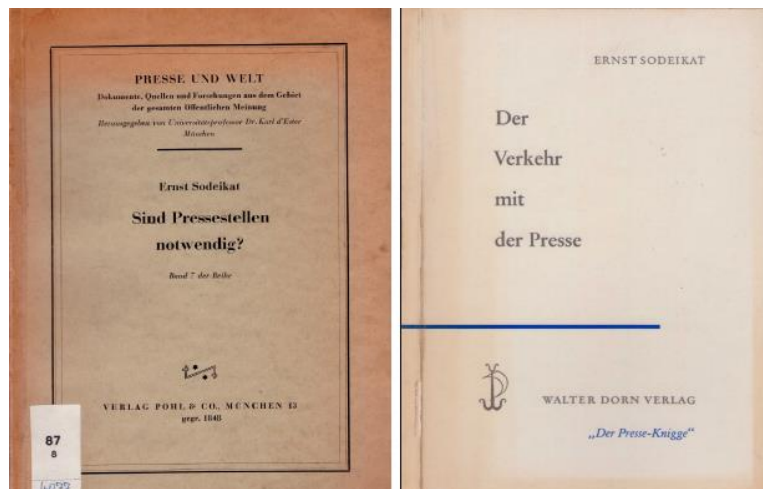


Abb.: Die zwei Publikationen von 1953 und 1956. Recherchiert von J.L.

Mit diesen Publikationen stellte Ernst Sodeikat nicht nur eine eigene „Praktikertheorie“ auf, sondern zeigte auch ausführlich, wie die *Arbeit der Pressestelle eines Ministeriums* sein sollte und war. Sein Wirken unterschied sich damit von bekannteren Arbeiten der damaligen Zeit, die vor allem aus dem Blick von *großen* Unternehmen, wie z. B. BASF (Oeckl) oder Krupp (Hundhausen), entstanden waren.

Sodeikat führte eine *Medienresonanzanalyse* für die von seinem Ministerium 1952 veröffentlichten Presseinformationen durch und konnte damit nicht nur die Notwendigkeit von Pressestellen, sondern auch den Wert der eigenen Arbeit nachweisen. Die entsprechende Publikation „Sind Pressestellen notwendig? ...“ von 1953 enthält Geleitwörter von Karl d'Ester, Ahrens, Fricke, Hans J. Sachsze und Zechlin.¹ Prof. d'Ester von der Universität München bezeichnete

¹ *Karl d'Ester* (1881-1960) war ein namhafter Zeitungswissenschaftler.

Otto Fricke gehörte zu den Mitbegründern der CDU in Niedersachsen. Fricke war ab 1948 Minister für Wirtschaft und Verkehr. Mit dem Rückzug der CDU-Minister schied er 1950 wieder aus der Landesregierung aus und wurde als Wirtschaftsminister durch den SPD-Politiker Alfred Kubel abgelöst. Siehe [http://de.wikipedia.org/wiki/Otto_Fricke_\(CDU\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Otto_Fricke_(CDU))

Hermann Ahrens war in zwei niedersächsischen Kabinetten Wirtschaftsminister, ab 1951 und 1955 bis 1957. Ahrens war Mitglied der Partei *Gesamtdeutscher Block/Bund der Heimatvertriebenen und Entrechteten*. Diese Partei koalierte bis 1955 mit SPD und Zentrum, nach 1955 mit DP, CDU und FDP. Siehe http://de.wikipedia.org/wiki/Gesamtdeutscher_Block/Bund_der_Heimatvertriebenen_und_Entrechteten

Für *Sachsze* ergibt eine bibliografische Recherche einige Treffer nach 1945 vor allem im Zusammenhang mit dem Blindenverband Niedersachsen bzw. den Problemen blinder Menschen. Vor 1945 ist ein „film journalist

die Arbeit als „einen wertvollen Beitrag zur Zeitungswissenschaft“, die „auch dem Praktiker wertvolle Dienste leisten“ kann. Er lobte außerdem, dass Sodeikat die Notwendigkeit von Pressestellen nachweist und „in klarer und übersichtlicher Darstellung alle wichtigen Fragen behandelt, die sich aus dem Betrieb einer Pressestelle ergeben“ (in Sodeikat 1953: 5). Dr. Sachsze meinte, dass die „zeitungswissenschaftliche(n) Beweisführung (...) methodisch einwandfrei und überzeugend ist“ (in Sodeikat 1953, S. 8).

1.2 Nachhaltige Wirkungen?

Schon allein, weil Sodeikat nur sehr selten in einschlägigen Darstellungen zur PR² auftaucht, lassen sich derzeit keine sicheren Schlüsse darüber ziehen, ob seine Erkenntnisse und Erfahrungen *nachhaltig* in Fachkreisen und der PR-Branche wirkten. Es ist aber anzunehmen, dass dies geschah. 1960 schrieb Pipke in „Die Zeit“: „Niedersachsen ist anscheinend ein Land, aus dem häufiger Bücher über Pressechefs und Pressearbeit zu kommen pflegen.“ Ernst Sodeikat („Der Verkehr mit der Presse“, 1956) wird dabei in Reihe gestellt mit Walter Zechlin („Presschef bei Ebert, Hindenburg und Kopf“, 1956) und Klaus Müller³ („Die Kunst, gehört zu werden – Aufgaben und Möglichkeiten des Pressechefs“, 1960).

Mindestens *kurzfristig* kann von einer *Inspiration anderer Akteure* durch seine Medienresonanzanalyse sicher ausgegangen werden, denn Sodeikats Auswertung der Zwischenergebnisse des ersten Halbjahres 1952 in dem bereits erwähnten Zeitschriftenartikel hatte offenbar hohe Erwartungen an seine eigentliche Publikation von 1953 geschürt. In einem Geleitwort heißt es, dass „schon der erste Teil dieser Untersuchung ein starkes Interesse bei Zeitungswissenschaftlern, Politikern, Wirtschaftlern, Journalisten und Pressestellenleitern fand“ (Ahrens in Sodeikat 1953, S. 6).

Personen- und zeitgeschichtlich wichtig sind noch weitere Artikel von Sodeikat, insbesondere „Der Nationalsozialismus und die Danziger Opposition“ (1966). 1953 ist er Mitautor einer Schrift über Niedersachsens Wirtschaft.⁴

Hans Joachim Sachsze“ nachweisbar. Vgl. Hoffmann, Hilmar: The Triumph of Propaganda: Film and National Socialism, 1933-1945, Band 1. Berghahn Books. S. 109.

² Köhler/Schuster (2006, S.) führen ihn als Beleg an, dass die Bundesländer der Nachkriegs-BRD PR betrieben. Sodeikat habe nachgewiesen, dass 1952 95 Prozent der von einem Länder-Ministerium herausgegebenen schriftlichen Presseinformationen von der Presse genutzt worden seien. Auch Schönhausen 2008, S. 10.

³ Müller war jahrelang Pressechef der CDU in Niedersachsen.

⁴ Heider, Hans; Sodeikat, Ernst (1953): Die Wirtschaft Niedersachsens. Entwicklung, Wandlung, Möglichkeiten. Hannover: Eberlein.

2 Biografie (J.L., T.L.)

2.1 Danziger Zeit

Ernst Sodeikat wurde am 9. Oktober 1899 in Danzig (heute Gdańsk/Polen) geboren und starb am 18. September 1970 in Hannover.⁵

In den Vierteljahresheften für Zeitgeschichte von 1966 erschien ein Artikel von Ernst Sodeikat zu „Der Nationalsozialismus und die Danziger Opposition“, mit einem Umfang von 36 Seiten. Dieser ermöglicht es, einige Rückschlüsse auf sein Leben zu ziehen, da die Darstellung „in der Hauptsache auf der persönlichen Kenntnis des Verfassers von Menschen und Ereignissen der damaligen Zeit“ (Vorbemerkung eines H.R., S. 139) beruhe.⁶ In dem Artikel spricht vieles dafür, dass Sodeikat Teil der *Danziger Opposition* gewesen sein muss, die „gegen die Aushöhlung der Verfassung durch die nationalsozialistische Regierung seit 1935“ (S. 139) gekämpft hat. Beginnend mit einer kurzen Einleitung über den Versailler Vertrag als Ausgangspunkt der Trennung Danzigs von Deutschland, arbeitete Sodeikat den Kampf der Danziger Opposition von 1935 bis 1939 systematisch auf. Es kann geschlussfolgert werden, dass Sodeikat mindestens bis 1937 in Danzig gelebt haben muss, da bis dahin die Geschehnisse sehr detailliert aufbereitet werden, später aber deutlich weniger ausführlich – was aber auch an den dann erfolgten Verboten gegenüber der Opposition liegen kann.

Die Geschichte seiner Geburtsstadt hat ihn in seinem letzten Lebensjahrzehnt – also in den 1960er-Jahren – offenbar sehr beschäftigt, da er noch weitere Publikationen mit Danzig-Bezug verfasste.⁷

Möglicherweise war Sodeikat bereits in Danzig entweder für die Presse tätig oder hat in irgendeiner Art und Weise, eventuell auch schon als Mitarbeiter einer Pressestelle, mit ihr zusammengearbeitet. Eine weitere Annahme ist, dass Sodeikat über eine akademische Ausbildung verfügte.

Vermutlich kam Sodeikat im Zuge der Flüchtlingswellen der letzten Kriegswochen 1945 oder durch Vertreibung in den Nachkriegsjahren⁸ nach Deutschland, Hannover.

⁵ In keinem bekannten Personenarchiv (z. B. Munzingerarchiv) konnte ein Eintrag zu seiner Person ausfindig gemacht werden. Die einzige Quelle, die zur Aufarbeitung biografischer Informationen zu Ernst Sodeikat ausgemacht werden konnte, war das *Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft und Verkehr*. Dort seien zahlreiche Informationen in der noch vorhandenen Personalakte dokumentiert. Aus rechtlichen Gründen konnten J.L. jedoch lediglich neutrale Daten wie Geburts- und Sterbedatum sowie letzter Wohnort genannt werden (vgl. Liepe 2012).

⁶ In diesen Vorbemerkungen wird auch „die oppositionelle Presse, vor allem die sozialdemokratische *Danziger Volksstimme*“ als wichtige Grundlage des Aufsatzes angegeben. Der Aufsatz wird als „ein Teilabschnitt (!) aus einer Untersuchung des Autors über das Thema *Die Danziger Opposition gegen den Nationalsozialismus*“ gekennzeichnet. In der Tat sind noch weitere Publikationen über die *katholische Opposition* und den *jüdischen Widerstand* nachweisbar.

⁷ Sodeikat, Ernst (1965): Die Verfolgung und der Widerstand der Juden in der Freien Stadt Danzig von 1933 bis 1945. In: Bulletin des Leo Baeck Instituts. 8 (1965) S. 107-149. Sodeikat, Ernst (1967): Verfolgung und der Widerstand der katholischen Kirche in der Freien Stadt Danzig von 1933-1945. Hildesheim: Bernard-Verlag. Sodeikat, Ernst (1969): Schrieb Günter Grass eine Danzig-Saga? Ergebnisse einer Analyse der Bücher Die Blechtrommel und Hundejahre. Hannover. Letztere Schrift erschien laut Angaben des bibliografischen Internet-Dienstes Worldcat in Deutsch und Polnisch und ist zugleich als „Thesis (doctoral)“ verzeichnet. Vgl. <http://www.worldcat.org/title/schrieb-gunter-grass-eine-danzig-saga/oclc/51958768?referer=di&ht=edition>

⁸ Vgl. dhm/hdg.

2.2 Niedersächsische Zeit

Bereits zwischen 1948 bis 1950 arbeitete Sodeikat im *Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft und Verkehr* als Leiter verschiedener Referate unter dem damaligen Minister Dr. Otto Fricke.⁹ Er muss zu dieser Zeit auch schon als Leiter des *Presse- und Informationsreferats gearbeitet haben*. Als dieser war er mindestens bis 1955 tätig, da er in seinem „Presse-Knigge“ eigene Beispiele für Pressefahrten und -informationen vom niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft und Verkehr aus dieser Zeit anführt.¹⁰

Ernst Sodeikat war mit seiner Frau Erika verheiratet und hatte vermutlich keine Kinder. Er wohnte in Hannover in der Stresemannallee 33d.¹¹

Abb.: Reproduktion einer historischen Ansichtskarte, die die Straße in Hannover zeigt, in der Sodeikat zuletzt gewohnt hat (recherchiert von J.L.)



3 PR-Verständnis (J.L., T.L.)

3.1 Verständnis von Pressearbeit versus Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations

Sodeikat (1956, S. 215) umschreibt seine Tätigkeit immer wieder mit *Arbeit einer Pressestelle* oder *Umgang bzw. Verkehr mit der Presse*, ohne dafür den Begriff Öffentlichkeitsarbeit zu verwenden.

Der Begriff *Public Relations* taucht hingegen vereinzelt in seinen Ausführungen auf, allerdings in Abgrenzung zur Pressearbeit einer Behörde mit dem Journalismus. Es müsse immer „eine sehr klare, praktisch unübersteigbare Grenze zwischen den Aufgaben der Public Relations und den Aufgaben und Pflichten zur objektiven Unterrichtung der Öffentlichkeit bestehen.“ (S. 215)

Damit stand Sodeikat in einer Tradition *staatlich-kommunaler Öffentlichkeitsarbeit*, die auch heute noch – wenngleich abgeschwächt – wirkt: Sowohl eine „echte“ demokratietheoretische Herleitung als auch ein Ausgehen vom „über den Parteien schwebenden“ (Obrigkeits-)staat begünstigen ein Verständnis neutraler, sachlicher Informationsarbeit, die vermeintlich nichts mit „strategischer, persuasiver“ PR-Arbeit zu tun habe. Und eine Fixierung auf den presserechtlich garantierten Auskunftsanspruch des Journalismus¹² fördert ein Verständnis von behördlicher Öffentlichkeitsarbeit als primär dem Journalismus „dienender“ Pressearbeit. Seine eigenen konkreten, praktischen Ratschläge für diese Pressearbeit enthalten aber durchaus auch „strategische“ Überlegungen (siehe weiter hinten).

⁹ Vgl. Sodeikat 1953, S. 7; Munzinger Archiv 1972.

¹⁰ Vgl. Sodeikat 1953, S. 7, und 1956, S. 170ff.

¹¹ Liepe 2012.

¹² Für Sodeikat (1956, S. 197) gar ein ungeschriebenes moralisches Gesetz, die Presse zu informieren. Relevant sei allerdings auch der materielle oder ideelle Schaden, der einer Organisation entstünde, wenn sie nicht informieren würde.

3.2 Partnerschaft von Pressearbeit und Journalismus

Zur *Methodik und Taktik des Informierens* schreibt Sodeikat (1956, S. 198f.): „Es entspräche nicht der Aufgabe einer Pressestelle und wäre auch gar nicht zweckmäßig, wenn sie nur Informationen über positive Tatsachen herausgäbe, die anderen, die ‚negativen‘ aber frisieren oder verschweigen würde.“ Allerdings setzt eine solche Kommunikationsphilosophie auf Organisationsseite auch einen sozial und ethisch verantwortungsbewusst handelnden sowie fairen Journalismus voraus: Von einem Journalisten könne erwartet werden, so Sodeikat, „dass er gewissenhaft, sachlich und nicht tendenziös oder gar in entstellter Form berichtet“ und dass er nicht nur über Negatives, sondern auch über positive Tatsachen schreibt. Die Kommunikation einer Pressestelle sollte offen und ehrlich sein und auf bewusstes Täuschen oder Verfälschen verzichten. Generell empfiehlt Sodeikat ein partnerschaftliches Verhältnis zwischen Pressestellenleiter und Journalist.

Obwohl sich ein Großteil von Sodeikats Schilderungen auf den Umgang mit Journalisten bezieht, erklärt er auch, dass eine Pressestelle sowohl nach außen als auch nach innen schnell und zuverlässig informieren muss. Bei der Arbeit nach innen geht es z. B. darum, sicherzustellen, dass alle wichtigen Informationen alle in Frage kommenden Stellen des Hauses erreichen.¹³

Um einschätzen zu können, ob eine Pressestelle zweckmäßig arbeitet, muss es nach Sodeikat gültige Maßstäbe für das richtige Funktionieren einer Pressestelle geben, denn „der Pressestellenleiter muss nicht nur der Kritik der Presse, sondern auch der Kritik seines Chefs und seines Hauses standhalten können“. Geeignet sei hierfür die Untersuchung des „Auswertungsgrads“, d. h. eine Aussage darüber, inwiefern die Presse die von der Pressestelle herausgegebenen Informationen in ihrer Berichterstattung verwendet. (Sodeikat 1958, S. 196)

Sodeikat betonte, dass eine Pressestelle für öffentlichkeitswirksame Personen und Organisationen unabdingbar sei, und nicht auf Pressestellen verzichtet werden könne.

4 Evaluation der Pressearbeit (J.L., T.L.)

4.1 Pionier der Medienresonanzanalyse

1952 erforschte Sodeikat im Auftrag des *Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft und Verkehr* die Verwendung seiner Presseinformationen durch die Presse. In einer Medienresonanzanalyse wurde untersucht, ob die 143 Presseinformationen dieses Jahres in irgendeiner Form in der Presse verwendet wurden. Ziel war es, Gewissheit über die Resonanz und letztlich Qualität dieser Presseinformationen zu bekommen.¹⁴ „Diese Studie ähnelt in mancher Hinsicht der bekannten Untersuchung von Baerns (1985), die dann die kontroverse Diskussion um die so gen. Determinationshypothese in den 80er Jahren ausgelöst hat“, schätzte Schönhagen (2008, S. 10) ein.

Dazu standen 32 Medien unter regelmäßiger Beobachtung. Die Auflagenhöhe der untersuchten Presseorgane betrug 50 Prozent der Gesamtauflage der Zeitungen Niedersachsens. Dar-

¹³ Vgl. Sodeikat 1958, S. 195.

¹⁴ Vgl. Sodeikat 1952, S. 4, und 1953, S. 13.

über hinaus wurden vereinzelt auch Ausgaben von weiteren Zeitschriften nach der Verwendung der Presseinformationen durchgesehen.¹⁵

Die Ergebnisse zeigten, dass 95,1% der herausgegebenen Presseinformationen in jeweils durchschnittlich 5,9 Zeitungen verwendet wurden. Dieser hohe Verwendungsgrad lässt nach Sodeikat auf die gute Arbeit der Pressestelle des Ministeriums schließen und darauf, dass Pressestellen notwendig sind.¹⁶

Außerdem wurde deutlich, dass Texte, die durch Schaubilder ergänzt sind, eine deutlich höhere Chance haben verwendet zu werden als Texte ohne Schaubilder. Wirtschaftliche Informationen wurden durchschnittlich am häufigsten in der Berichterstattung aufgegriffen, gefolgt von Informationen zum Verkehr und allgemeinen Informationen. Am häufigsten wurden Informationen über Verkehrsunfälle, die Zonengrenzgebiete sowie Straßen- und Brückenbau von der Presse verwendet. Sodeikat (1953, S. 19) erklärte das damit, dass diese Sachgebiete zu den „gravierendsten Belastungen unseres Lebens“ gehören.

Sodeikat zeigte auch auf, dass Pressefahrten (zum Beispiel in die Hochseehäfen oder in den Erzbergbau Salzgitter) und die Hervorhebung interessanter und wichtiger Fakten im Text möglicherweise die Verwendungschance von Presseinformationen erhöhen.¹⁷

4.2 Initiative liegt überwiegend bei der Pressestelle

Außerdem wertete er aus, wer die Herausgabe einer Information initiiert hatte. So konnte er zeigen, dass 61,5 Prozent der Informationen durch die *Pressestelle* selbst initiiert wurden. Weitere 28,7 Prozent kamen von anderswo aus dem Ministerium ohne Beteiligung der Pressestelle und an 6,3 Prozent waren Pressestelle und andere ministerielle Bereiche beteiligt. Lediglich 3,5 Prozent der Presseinformationen waren als Reaktionen auf Anfragen von Journalisten verfasst worden. „Mit den Ergebnissen einer Untersuchung über die Initiative bei der Herausgabe von schriftlichen Informationen kann [...] zweifellos Folgendes bewiesen werden: 1. die Aufgeschlossenheit eines Hauses gegenüber der Presse, 2. die Notwendigkeit von Pressestellen.“ (Sodeikat 1953, S. 23f.)

Die Untersuchung wurde von vielen Seiten gelobt. Sie scheint – jedenfalls für Länder-PR und nach 1945 – die erste ihrer Art¹⁸ gewesen zu sein, wie im Vorwort Dr. Walter Zechlin, von 1946 bis 1954 Pressechef der *Niedersächsischen Landesregierung*, vermutete:

„Zweifellos war es eine originelle Idee, einmal eine Untersuchung anzustellen über die Auswertung schriftlicher offizieller Informationen durch die Presse. Ich glaube, dass damit zum ersten Male eine so dankenswerte Arbeit versucht worden ist.“ (in Sodeikat 1953, S. 9)

¹⁵ Vgl. Sodeikat 1953, S. 30 und 23.

¹⁶ Vgl. Sodeikat 1952 und 1953, insbesondere S. 14, 21.

¹⁷ Vgl. Sodeikat 1953, S. 21.

¹⁸ Aus der Zwischenkriegszeit sind beispielsweise eine umfangreiche und weltweite Medienbeobachtung und -analyse durch die Leipziger Messe bekannt, allerdings nicht mit *wissenschaftlichem* Anspruch.

5 Instrumente der Pressearbeit (J.L.)

5.1 Pressemitteilungen

Ernst Sodeikat gibt vielfach normative und operationale Hinweise für die Arbeit einer Pressestelle, insbesondere für die Anwendung einzelner Instrumente. Zur *Presseinformation* formuliert Sodeikat eine Vielzahl von *Ratschlägen*, wie diese aufbereitet und geschrieben werden sollten:

- ansprechende Form und gute Aufbereitung
- lebendige Überschriften, interessante Zwischenüberschriften, Abschnitte, Unterüberschriften, Untersteichungen im Text und ein kurzer Vorspann
- knappe und klare Formulierung, „keine Schachtelsätze; keine Abkürzungen, die nur Fachleute verstehen können“
- Fakten mit Neuigkeitswert
- wenn möglich statistische Schaubilder, die auf den ersten Blick verständlich sind¹⁹

5.2 Pressekonferenz

Die *Pressekonferenz* hat den Sinn, „die Presse und damit die Öffentlichkeit schnell, umfassend und richtig zu informieren, ohne dass jeder einzelne Journalist sich um die Informationen bemühen muss“.

Hinweise:

- nie länger als anderthalb Stunden Dauer
- Journalisten neben mündlichen Informationen auch schriftliche Informationen geben
- kurz, verständlich, klar und ansprechend informieren
- Fragen sachlich beantworten
- Journalisten während der Konferenz beobachten, um zu sehen, ob die gegebenen Informationen verstanden werden oder nicht um dann entsprechend reagieren zu können²⁰

5.3 Pressefahrt (Pressebesichtigung, -reise)

Ein weiteres wichtiges Instrument der Pressearbeit ist die *Pressefahrt*. Sie „ist eines der besten, in bestimmten Fällen sogar das beste Mittel, Probleme und Pläne an die Öffentlichkeit heranzubringen.“ Dies deshalb, da Pressefahrten über Probleme vor Ort informieren können.

Hinweise:

- nicht zu volles Programm
- festgelegte Zeiten einhalten
- Teilnehmern Programm und Hintergrundinformationen zu den behandelten Themen zur Verfügung stellen
- ausgedehnte, lange und langweilige Erklärungen vermeiden²¹

5.4 Weitere Instrumente der Pressearbeit

Weitere von Sodeikat beschriebene Instrumente der Pressearbeit sind u. a. der *Presseempfang*, dessen Zweck vor allem bei persönlichen Gesprächen liegt, das Interview, das nur in besonde-

¹⁹ Vgl. Sodeikat 1953, S. 33ff., 1956, S. 211, und 1958, S. 200.

²⁰ Vgl. Sodeikat 1956, S. 205ff., 211, 1958, S. 200.

²¹ Vgl. Sodeikat 1953, S. 42f., 1956, S. 176, 208, und 1958, S. 200.

ren Einzelfällen gewährt werden sollte, und das *Unter-vier-Augen-Gespräch*, das unter anderem für den Aufbau einer Vertrauensbasis zwischen Journalist und Organisation wichtig ist.

Eine weitere wichtige Rolle bei der Arbeit einer Pressestelle spielen *Dementis und Berichtigungen*. Dafür gilt: „Dementieren kann man eigentlich nur, was man in Reden oder Gesprächen gesagt haben soll, berichtigen aber das, was an unrichtigen Behauptungen anderer Art in die Zeitung gekommen ist.“ Sie sollten stets mit Bedacht eingesetzt werden.²²

6 Praktische Empfehlungen (J.L.)

6.1 Leitsätze für die Pressearbeit

Sodeikat formulierte *12 Leitsätze für die Pressearbeit*, die gut zusammenfassen, was in Sodeikats Augen die wichtigsten Punkte bei der Arbeit mit der Presse waren:²³

1. Eigene Initiative entwickeln und sich weder beirren noch behindern lassen.
2. Immer wieder vor Augen halten, dass zunächst durch die Information *der Journalist* gewonnen werden muss.
3. Der schriftlichen Information, in jedem Falle aber bei schwierigen Informationen, den Vorrang geben.
4. Nicht gute Informationen durch eine Vielzahl solcher Informationen erdrücken, die erfahrungsgemäß ohnehin nicht ausgewertet werden.
5. Möglichst lebendige Überschriften, zumindest aber hinweisende Unterüberschriften wählen.
6. Bei längeren Informationen nach Möglichkeit einen Vorspann bringen, in dem der hauptsächliche Inhalt kurz zusammengefasst wird.
7. Herausstellung besonders wichtiger oder besonders interessierender Tatsachen durch Unterstreichungen im Text.
8. Statistische Schaubilder verwenden, wo immer es nur möglich ist.
9. Veranstaltung von Pressefahrten, und zwar nicht nur zu sogenannten interessanten Objekten, sondern auch zu Objekten, die zunächst uninteressant scheinen.
10. Auch bei Pressefahrten als Rückgratmaterial schriftliche Informationen über die mit der Pressefahrt angesprochenen Themen herausgeben.
11. Durch kritische Äußerungen über den Wert bestimmter Informationen nicht entmutigen lassen, sondern prüfen, ob Kritik berechtigt ist.
12. Immer wieder untersuchen, warum die eine Information gut, die andere weniger gut ausgewertet wird

6.2 Der ideale Leiter einer Pressestelle

Sodeikat formulierte auch Vorstellungen davon, wie ein *guter Pressestellenleiter* sein sollte.²⁴ Hier sollen nun einige empfehlenswerte Eigenschaften aufgelistet werden.

„Der erfolgreiche Pressestellenleiter wird im Allgemeinen ein Allroundman sein. Er muss relativ viel wissen, braucht dafür aber nicht jede Einzelheit zu kennen.“ (Sodeikat 1958, S.

²² Vgl. Sodeikat 1956, S. 19ff., 94f., 203ff., 210f., 1958, S. 200.

²³ Vgl. Sodeikat 1953, S. 43f.

²⁴ Vgl. Sodeikat, S. 1956, S. 112f. und 1958, S. 195ff.

197) Er darf nicht den Eindruck erwecken, ein Besserwisser zu sein, sollte aber im entscheidenden Fall wissen, wo er fehlende Informationen findet.

Laut Sodeikat braucht ein Pressestellenleiter für seine Arbeit Talent und die Kenntnis von bewährten Verfahrensweisen (Handwerk der Pressestelle),²⁵ er sollte aber auch je nach Art der Pressestelle bestimmte Fachkenntnisse besitzen und gewisse diplomatische Fähigkeiten aufweisen, da Fingerspitzengefühl wichtig für den Umgang im Haus und mit den Journalisten sei. „Er muss Logiker sein, ein kritisches Denkvermögen besitzen und über eine schnelle Einfühlungsgabe verfügen. Das sind die ersten und unerlässlichen Voraussetzungen für den Pressestellenleiter.“

Darüber hinaus sollte ein Pressestellenleiter immer erst denken, bevor er redet und nicht geschwätzig sein. „Wenn ein Pressestellenleiter keine Persönlichkeit besitzt, ist er für seine Aufgabe nicht mehr brauchbar. Denn ohne echte Autorität ist ein Pressestellenleiter gar nicht vorstellbar.“ (Sodeikat 1956, S. 111ff.)

7 Anhang

7.1 Die Autoren der Texte über Ernst Sodeikat

J.L. = Jule Lieber

T.L. = Tobias Liebert

Die Ursprungstexte wurden von J.L. im Rahmen des Seminars „Geschichte des Kommunikationsmanagements“ unter Leitung von Günter Bentele verfasst. J.P. legte im Sommersemester 2012 Texte für das Online-Museum und eine Seminararbeit zum Thema vor. Für einen zwischenzeitlichen formalen Korrekturgang gilt Günter Bentele Dank. Die Texte wurden von T.L. bearbeitet und ergänzt.

7.2 Literaturverzeichnis (insbesondere Seminararbeit von J.L. und einschließlich allgemeiner Literatur zur PR der 1950er-Jahre)

Bentele, Günter (1997): PR-Historiographie und funktional-integrative Schichtung. Überlegungen zur PR-Geschichtsschreibung. In: Szyszka, Peter (Hrsg.) (1997): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. (= Serie Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations und Kommunikationsmanagement. Band 6.) Berlin: Vistas. S. 137-169.

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

Bentele, Günter; Liebert, Tobias (2005): PR-Geschichte in Deutschland. Allgemeine Entwicklung, Entwicklung der Wirtschafts-PR und Berührungspunkte zum Journalismus. In: Arnold, Klaus; Neuberger, Christoph (Hrsg.) (2005): Alte Medien – neue Medien. Festschrift für Jan Tonnenmacher. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. S. 221-241.

²⁵ Vgl. Sodeikat 1958, S. 195.

Binder, Elisabeth (1983): Die Entstehung unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland. Münster: Lit-Verlag.

Bundeszentrale für politische Bildung (1997): Deutschland in den 50er Jahren. Informationen zur politischen Bildung. Heft 256. In: <http://www.bpb.de/izpb/10122/deutschland-in-den-50er-jahren>

dhm (Stiftung Deutsches Historisches Museum)/hdg (Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland): 1945-1949 – Ende als Anfang: Flucht und Vertreibung. In: <http://www.hdg.de/lemo/html/Nachkriegsjahre/DasEndeAlsAnfangfluchtUndVertreibung.html> (Abruf am 30.08.2012, heute nicht mehr unter dieser Adresse auffindbar).

Gross, Herbert (1952): Moderne Meinungspflege. Für die Praxis der Wirtschaft. Mit einem Geleitwort von Dr. Rudolf Mueller. Düsseldorf: Droste (2. Auflage).

Hein, Stephanie (1998): Public Relations und die Soziale Marktwirtschaft. Eine Geschichte ihrer Abhängigkeiten. (= Kommunikationswissenschaftliche Studien, Band 18.) München: Verlag Reinhard Fischer.

Heinelt, Peer (2002): PR-Päpste. Die kontinuierlichen Karrieren von Carl Hundhausen, Albert Oeckl und Franz Ronneberger. (= Rosa-Luxemburg-Stiftung, Manuskripte 37.) Berlin: Karl Dietz Verlag.

Köhler, Miriam Melanie; Schuster, Christian H. (Hrsg.) (2006): Handbuch Regierungs-PR: Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss./Springer.

Kunczik, Michael (1997): Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln u. a.: Böhlau.

Liepe, Dorit (= Mitarbeiterin im Referat Personal beim Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft und Verkehr) (2012): E-Mails an J.L. in der Zeit vom 29.05.2012 bis 27.06.2012.

Munzinger Archiv (1972): Otto Fricke. In: Internationales Biographisches Archiv 01/1973. Auch unter:

<http://www.munzinger.de/search/document?index=mol-00&id=00000001901&type=text/html&query.key=S0aiKVCv&template=/publikationen/personen/document.jsp&preview=> (Abruf am 29.08.2012)

Oeckl, Albert (1993): Historische Entwicklung der Public Relations. In: Plaum, Dieter; Pieper Wolfgang (Hrsg.) (1993): Lexikon der Public Relations. 2. Auflage. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie. S. 113-117.

Pipke, Günter (1960): Wie geht man mit Journalisten um? In: Die Zeit. 12. Februar 1960. Auch unter: <http://www.zeit.de/1960/07/wie-geht-man-mit-journalisten-um> (Abruf am 17.12.2013)

Schildt, Axel (1999): Ein Jahrzehnt des Wiederaufbaus und der Modernisierung. Sozialkultur und Ideenlandschaft. In: Estermann, Monika; Lersch Edgar (Hrsg.) (1999): Buch. Buchhandel. Rundfunk 1950-1960. (= Mediengeschichtliche Veröffentlichungen 2.) Wiesbaden: Otto Harrassowitz. Insbesondere S. 9-31.

Schönhagen, Philomen (2008): Ko-Evolution von Public Relations und Journalismus: Ein erster Beitrag zu ihrer systematischen Aufarbeitung. In: Publizistik. 53. Jahrgang. Heft 1, März 2008. S. 9-24.

Sodeikat, Ernst (1952): Die Auswertung schriftlicher Presseinformationen durch die Presse. In: DDZ = Die Deutsche Zeitung. Jahrgang 6. Heft 12, S. 4-5.

Sodeikat, Ernst (1953): Sind Pressestellen notwendig? Die Auswertung von Informationen durch die Presse. Ergebnisse einer Untersuchung. München: Verlag Pohl & Co.

Sodeikat, Ernst (1955/56): Der Verkehr mit der Presse: Erfahrungen u. Lehren, Erkenntnisse u. Ratschläge. Der Presse-Knigge. Hannover: Walter Dorn Verlag.

Sodeikat, Ernst (1958): Aufgaben und Praxis der Pressestellen. In: J/HP. Band 4. S.195-202.

Sodeikat, Ernst (1966): Der Nationalsozialismus und die Danziger Opposition. In: Vierteljahreshefte der Zeitgeschichte. Jahrgang 14. Heft 2. S. 139-174. Auch unter: http://www.ifz-muenchen.de/heftarchiv/1966_2_2_sodeikat.pdf (Abruf am 26.05.2012).

Szyszka, Peter (Hrsg.) (1997): Auf der Suche nach Identität. PR-Geschichte als Theoriebaustein. Berlin: Vistas.

Vogel, Ernst (1951): Öffentliche Beziehungspflege (Public Relations) in Theorie und unternehmerischer Praxis. Frankfurt am Main: Fritz Knapp Verlag.

Wilke, Jürgen (1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Band 361 von Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung. Köln u. a.: Böhlau.