
Öffentlichkeitsarbeit

Gerhard Spatzierer

Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations (PR) ist ein fixer Bestandteil unseres Lebens, unserer Arbeit. Jeder/Jede macht PR, ob man will oder nicht. Denn Öffentlichkeitsarbeit ist Kommunikation, der Dialog in den verschiedensten Formen (also jedes Gespräch, Telefonat, Brief, Email, etc.). Die Aussage von Paul Watzlawick, dass „man nicht nicht kommunizieren kann“ wurde zwischenzeitlich allgemein als wichtig und grundlegend anerkannt.

Allgemein wird Öffentlichkeitsarbeit als geplante, langfristig wirksame Kommunikation zwischen einer Organisation und der mit ihr in Beziehung stehenden Öffentlichkeit (Bürger, Kunden, Eigentümer, Mitarbeiter, Lieferanten, Bürgerinitiativen, etc.) angesehen. Ziel ist es, einander zu verstehen und Vertrauen aufzubauen. Damit soll die Arbeit unterstützt und das Bestehen des Unternehmens gesichert werden.

Früher beschränkte sich die Öffentlichkeitsarbeit zumeist auf die Kontaktpflege mit der Presse, nunmehr wird darunter eine integrierte umfassende Unternehmenskommunikation verstanden. Im Gegensatz zur reinen Information (Meinungsäußerung nur in eine Richtung) bedeutet Kommunikation Verständigung untereinander suchen, d.h. Bemühen um Übereinstimmung, gemeinsame Lösungen, Ausräumen von Bedenken und Zweifeln.

Kommunikation (Reden und Zuhören) ist keine Holschuld, sondern eine Bringschuld. Wir müssen uns anbieten, auf den Bürger zugehen, zum Dialog einladen. Und das gilt dauernd, nicht erst wenn etwas passiert ist.

Warum braucht ein Kanalbetrieb Öffentlichkeitsarbeit?

Die Abwasserableitung und Abwasserreinigung ist eine hoheitliche Aufgabe. Sie dient dem Umweltschutz – dieser ist ein wichtiges politisches Ziel.

Kanalisationbetriebe müssen nicht um Ihre Kunden kämpfen – sie sind leitungsgebunden – es liegt also quasi eine Monopolstellung vor.

Aber: Das Ansehen des öffentlichen Dienstes ist bei vielen Bürgern eher schlecht – wir sollten etwas dagegen tun!

Wir und unsere Mitarbeiter werden von der Bevölkerung immer wahrgenommen – im Außen- aber auch im Innendienst!

Der Bürger (unser Kunde) erwartet eine gute Arbeit von uns (er bezahlt ja auch dafür!) – Kundenservice inbegriffen! Das heißt für Hauseigentümer, Bewohner, Anrainer, Planer, ausführendes Gewerbe, etc. Die Arbeit sollte zudem auch freundlich und prompt erledigt werden.

Was sind die Ziele?

Grundsätzlich soll das Ansehen unserer Organisation (Verband, Gemeinde, Kanalbetrieb) verbessert werden. Unsere Arbeit ist wichtig für die Daseinsvorsorge (Gesundheit – reines Wasser – Gewässerschutz – Umwelt). Schaffen wir ein positives Bild unserer Arbeit in der Gesellschaft!

Die Öffentlichkeit soll daher über unsere Tätigkeit fachkundig informiert und von der Notwendigkeit bestimmter Maßnahmen (Reinigungs-/Wartungsarbeiten, Erweiterung, Sanierung inkl. der damit verbundenen Erschwernisse z.B. Verkehrsbehinderung) überzeugt werden. Dies ist besonders wichtig, da unsere Arbeit ja verdeckt (im Untergrund) abläuft – wir müssen unsere Tätigkeit quasi sichtbar machen! Der Kunde sollte daher erfahren, um welche Werte es dabei eigentlich geht. Dann wird er auch bereit sein, für deren fachkundigen Betrieb und die Instandhaltung/Sanierung den erforderlichen Beitrag zu leisten. (Wissen Sie eigentlich wie viel Sie für die Abwasserableitung und Abwasserreinigung pro m³ oder pro Jahr bezahlen?)

Wir benötigen hierfür Akzeptanz, Vertrauen und Verständnis in der Öffentlichkeit. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist die Glaubwürdigkeit. Diese kann langfristig aber nur über Ehrlichkeit und Wahrheit erlangt werden.

Ein weiteres Ziel kann es auch sein, Verhaltensänderungen zu erreichen (z.B. keine festen Abfälle über die Toilette entsorgen, Umgang mit Problemstoffen/Arzneimitteln, Pflanzenschutzmitteln).

Öffentlichkeitsarbeit ist aber auch nach **innen** gerichtet. Hier gilt es alle MitarbeiterInnen umfassend und regelmäßig zu informieren, also „einzubinden“. Gerade dieser Bereich wird oftmals vernachlässigt.

Öffentlichkeitsarbeit in der Siedlungswasserwirtschaft

Die Öffentlichkeitsarbeit in der Wasserwirtschaft hat in einigen Bereichen bereits eine lange Tradition (Wasserversorgung, Hochwasserschutz).

Das Thema Öffentlichkeitsarbeit auf Abwasseranlagen wurde auf Grund einer Initiative des Amtes der NÖ Landesregierung (Erstellung von Unterlagen für Kindergärten) vom ÖWAV aufgegriffen und in weiterer Folge der ÖWAV-Arbeitsbehelf 29 „Öffentlichkeitsarbeit auf Kläranlagen“ (2004) erstellt und ein gleichnamiges Seminar inkl. Workshop zu diesem Thema in St. Pölten durchgeführt. Die Vortragsunterlagen inkl. Materialien sind auf CD erhältlich (TU Wien), eine umfangreiche Sammlung von weiteren laufend aktualisierten Unterlagen, Links und Hinweisen findet man unter www.kan.at. Nunmehr wurde das Thema auch in den Lehrstoff für die Kanalfacharbeiter-Ausbildung aufgenommen.

Zielgruppen

Als generelle Zielgruppe wird die Öffentlichkeit verstanden. Das ist ein sehr allgemeiner Begriff. Wer sich aber zu allgemein äußert, spricht letztlich niemanden konkret an. Es ist daher wichtig vorab zu klären, welche Zielgruppe mit welcher Information, in welcher Form, auf welche Art angesprochen werden soll. Je besser diese Zielgruppe definiert wird, desto besser kann man sich auf die jeweiligen Bedürfnisse, Sprache, Inhalte, etc. einstellen. Hier gilt es, sich jeweils in die Position des Gegenübers zu versetzen – welche Informationen, Botschaften sind für ihn besonders interessant, wie kann ich einen Dialog zustande bringen.

Folgende Zielgruppen kommen dabei u.a. in Betracht:

- Mitarbeiter (interne Öffentlichkeit) und deren Angehörige
- Praktikanten, Mitarbeiter von Firmen = Potentielle zukünftige Mitarbeiter
- Kinder, Schüler, Lehrer, Studenten
- Betroffene Bürger, Anrainer, Nachbarn
- Gemeinde-/Verbandsvorstand, Mitgliederversammlung,
- Derzeitige und zukünftige Kunden (Kanalanschluss)
- Lieferanten, Banken, Fördereinrichtungen
- Medien (Fernsehen, Rundfunk, Presse)
- Umweltschützer, Bürgerinitiativen
- Politiker
- Verwaltung, Behörden
- Interessensvertretung, Fachverbände
-

Was interessiert den Bürger?

Bei der Auswahl der Themen für die Öffentlichkeitsarbeit dürfen aber nicht nur meine eigenen Bedürfnisse sondern es müssen auch die Bedürfnisse meiner Zielgruppe berücksichtigt werden. Ein Schüler wird sicherlich andere Fragen als ein Politiker oder ein betroffener Bürger stellen.

Mögliche Fragestellungen sind z.B. aus der Sicht des Bürgers:

- Warum wird hier aufgegraben? Wie lange dauert das? Zufahrt? Was wird hier gemacht?
- Wann werde ich an den Kanal angeschlossen?
- Warum muss ich mein Dachwasser versickern?
- Warum gibt es Rückstau bei Regen? Rückstau in den Keller? Wer ist schuld?
- Warum stinkt der Kanal?
- Was muss ich mit meiner 3-Kammer-Kläranlage machen?

-
- An wen kann ich mich wenden?
 - Wie hoch ist mein Kanalanschlussbeitrag? Jährliche Kosten?
 - Indirekteinleiter? Was ist das? Was muss ich tun?
 - Was geschieht mit meinem Geld?
 - Was ist Fremdwasser?
 - Warum muss ich meinen Hausanschlusskanal sanieren? Was kostet das?
 -

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit

Grundsätzlich muss jede Maßnahme gut geplant und vorbereitet werden. Schriftliche und persönliche Informationen sollten sich jedenfalls auf die wirklich wichtigen Informationen beschränken – der Journalist hat fast immer zu wenig Zeit, um ausführliche Recherchen durchzuführen.

Denken Sie auch an den Adressaten, den Leser, die Zielperson/Zielgruppe: Was interessiert den wirklich? Kann er aus dem Beitrag einen Informationsgewinn erzielen? Praxisbezogene aktuelle Beiträge sind gefragt!

Folgende Instrumente können eingesetzt werden:

Medienarbeit:

- Presseausendung (max. 2 Seiten, klar und sachlich, treffender Titel, exakte Angaben, Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Fotos + Grafiken in digitaler Form beilegen, auf eine entsprechende Auflösung bei den Fotos achten!)
- Pressekonferenz (sparsam einsetzen, Waschzettel, Fotos, Grafiken, Namen und Funktion klar nennen, exakte Planung, Abwicklung und Nachbearbeitung erforderlich)
- Sonstige Formen: Pressegespräch, Kammingespräch, Einzelgespräch

Öffentliche Veranstaltungen, Aktionen:

- Tag der offenen Tür im Bauhof, Kläranlage, Kanalbaustelle (exakte Planung, Programm, Kinderangebote, Vorführungen, Ausstellung, Modelle, Unterlagen, Musik, Getränke, Presse, etc.)
- Gedrucktes Informationsmaterial (Hinweise bei Kanalbaustellen, erforderliche Umleitungen, Dauer, Folder, Broschüren, Geschäftsberichte)
- Bürgerinformation vor/bei Sanierung von Hausanschlusskanälen, Fremdwassersanierung, Berauchung
- Homepage (laufend aktualisieren!)
- Telefonkontakte, Beschwerde-/Störungsstelle

-
- Schulexkursionen, Gemeinschaftsaktionen (Wettbewerbe, Projekte, Lehrer!)
 - Messeteilnahme (lokale Messen)
 - Stammtische, Diskussionsrunden (Gespräch, Bürgernähe, Themenvorgabe)
 - Kundenzeitschrift („Rohrpost“, Mitarbeitervorstellung, Informationen, soziale Themen, Leserbriefe, Werbung)
 - Sonstiges (Aufkleber, Schriftzug Kleidung/Fahrzeug, Hinweisschilder, Logo)

Nach innen:

- Mitarbeitergespräch
- Betriebsversammlung
- Schwarzes Brett
- Handzettel, Umlauf
- Intranet
- Feier
- Mitarbeiterzeitschrift

Erfordernisse für die Öffentlichkeitsarbeit

Nur mit einer klaren Zielsetzung und der Kenntnis der Bedürfnisse der Zielgruppe können die geeigneten Instrumente für die Öffentlichkeitsarbeit ausgewählt werden. In die Überlegungen sind jedenfalls auch die dafür erforderlichen Ressourcen einzubeziehen (finanzielle Mittel, zeitliche Ressourcen, Verfügbarkeiten, etc.). Entscheidend ist jedenfalls das Kosten-Nutzen-Verhältnis. Eine exakte Planung der Maßnahmen ist unumgänglich. Die Kompetenzen für die PR-Arbeit sind jedenfalls klar festzulegen, der Informationsfluss zum PR-Mann muss geregelt werden.

Zudem sollten keine Einmal-Aktionen sondern eine kontinuierliche PR-Arbeit durchgeführt werden. Hierfür ist jedenfalls auch ein entsprechendes Budget erforderlich. Für eine externe Betreuung durch ein PR-Büro muss mit jährlichen Kosten von ca. 15.000 – 35.000 € gerechnet werden. Pro Tag sind ab 1.500 €, für die Organisation von Veranstaltungen ab 5.000 € zu veranschlagen.

In jedem Falle sollten in die Öffentlichkeitsarbeit auch die Mitarbeiter eingebunden werden. Eine rasche Information der Mitarbeiter trägt z.B. wesentlich dazu bei um Gerüchten vorzubeugen.

Der Verantwortliche für die Öffentlichkeitsarbeit muss auch laufend über alle wichtigen Aspekte des Betriebes informiert werden. Nur so wird es ihm möglich sein, rasch und richtig auf aktuelle Ereignisse zu reagieren.

Die Einladung zu wichtigen Gesprächsterminen sollte nach Möglichkeit erfolgen. Ein entsprechendes Vertrauensverhältnis zwischen PR-Verantwortlichem und der Betriebsführung ist hier eine Voraussetzung.

Was bringt Öffentlichkeitsarbeit?

Die wesentlichen Vorteile einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit sind:

- Vertrauen in der Bevölkerung
- Bewusstseinsbildung
- Sicherstellung der Sanierung, des Werterhalts der Kanalisation
- Mittragen von Entscheidungen und deren Konsequenzen (Investitionen)
- Bewältigung von Krisen
- Imagegewinn in der Öffentlichkeit
- Erzeugung eines öffentlichen Drucks für ein bestimmtes Thema

Beispiele

- VOR SORGEN – Für den Erhalt unserer Trinkwasser- und Abwassernetze. Aktion der Bundesländer, BMLFUW, Städte- und Gemeindebund, ÖWAV und ÖVGW. Kostenloser Bezug von Plakaten, Flyer, Roll-ups, Unterlagen für Presseinformationen, Beratung: www.wasseraktiv.at/vorsorgen
- Denk`Klobal, schütz den Kanal: Initiative gegen das Klo als Müllschlucker. Aktion der GSA und des Amtes der OÖ Landesregierung mit Aufklebern, Rundschreiben, Schulen, Internet.
- Flyer, Schaubilder: Was darf nicht in den Kanal?
- Kanalrohre, Materialien, Durchmesser, Fertigschächte: Ausstellung auf der Kläranlage, im Kanalbauhof, etc.
- Plakat: Verwurzelung
- Informationstafeln bei Kanalbaustellen
- Informationsbroschüren „Die Reise in die Unterwelt“, Trulli Tropf, etc.
- Flyer „Ratten in der Kanalisation“
- Flyer „Risiko Wasser – Sicheres Bauen“

-
- Flyer „Schutz vor Rückstau“
 - Auf den Spuren des Dritten Mannes: Führung durch die Wiener Kanalisation
 - Kinderbox auf der Hauptkläranlage Wien
 - Nebel-Aktionen
 - Vorführung von Kanalreinigungsgeräten in einem leerstehenden Becken
 - Kanalfernsehen
 - Besondere Bauvorhaben: Rohrdurchpressung, Inlining, Berstlining, Grabenfräse, etc.
 - Kanalkataster
 - Persönliche Schutzausrüstung
 - Befahren von Kanalschächten
 -

Literatur

Kroiß H. (Hrsg.) (2004). Öffentlichkeitsarbeit auf Kläranlagen. Wiener Mitteilungen – Wasser, Abwasser, Gewässer. Band 190.

ÖWAV (2004). Öffentlichkeitsarbeit auf Kläranlagen. ÖWAV-Arbeitsbehelf 29, Wien.

www.kan.at – KAN-Materialien – Öffentlichkeitsarbeit

www.wasseraktiv.at/vorsorgen

www.vsa.ch/fachbereiche-cc/siedlungsentwaesserung/grundstuecksentwaesserung/informationfilm/