

Öffentlichkeitsarbeit bei Abwasserentsorgungsbetrieben

Gerhard Spatzierer

Kurzfassung: Öffentlichkeitsarbeit macht jeder, ob er will oder nicht. Denn PR ist Kommunikation, Dialog in den verschiedensten Formen. Moderne systematische Öffentlichkeitsarbeit erfordert ein geplantes, langfristig wirksames und fachkundig ausgestattetes kommunikatives Vorgehen. Die Öffentlichkeitsarbeit in der Wasserwirtschaft wurde in den letzten Jahren wesentlich intensiviert und ist mit der EU-WRRL nunmehr in gewissen Bereichen sogar vorgeschrieben. Die PR-Arbeit muss an die jeweilige Zielgruppe angepasst werden, wofür verschiedene Instrumente zur Verfügung stehen. Für die Umsetzung sind entsprechendes Personal (intern bzw. extern) und finanzielle Mittel erforderlich. Durch die Öffentlichkeitsarbeit sollte es jedenfalls möglich sein, Vertrauen und Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung zu schaffen und gesamthaft den Gedanken des Umweltschutzes an verschiedene Kreise heranzutragen.

Key-Words: Kanalisation, Abwasserreinigung, Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation.

1 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.

2 Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

Grundsätzlich soll das Ansehen der Organisation (z.B. Verband, Betrieb) verbessert und Verständnis für deren Tätigkeit gewonnen werden, d.h. Akzeptanz, Vertrauen und Verständnis in der Öffentlichkeit. Eine wesentliche Voraussetzung hierfür ist die Glaubwürdigkeit. Diese kann langfristig aber nur über Ehrlichkeit und Wahrheit erlangt werden.

Weiters soll die Öffentlichkeit über unsere Tätigkeit fachkundig informiert und von der Notwendigkeit bestimmter Maßnahmen (Umbau, Erweiterung, Änderungen, Gebührenerhöhung) überzeugt werden.

Ein weiteres Ziel kann es auch sein, Verhaltensänderungen zu erreichen (z.B. Wasser sparen, Wasser rein halten, keine festen Abfälle über die Toilette entsorgen, Umgang mit Problemstoffen, PSM).

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.

Gesamthaft sollten wir darstellen: Unsere Arbeit ist wichtig für die Daseinsvorsorge (Gesundheit – reines Wasser – Gewässerschutz – Umwelt).

3 Öffentlichkeitsarbeit in der Wasserwirtschaft

Die Öffentlichkeitsarbeit in der Wasserwirtschaft hat in einigen Bereichen bereits eine lange Tradition. Gerade im Bereich der

Wasserversorgung haben die großen Wasserbetriebe wertvolle Arbeit für die Information und Bewusstseinsbildung geleistet. Hier besteht auch eine internationale Vernetzung über die IWA (Kommunikations- und Marketingausschuss). Weiters darf auch auf die Informationen im Bereich Hochwasserschutz verwiesen werden, die einerseits ausgelöst durch Hochwasserextremereignisse quasi zwangsläufig erfolgt, andererseits aber auch durch die Umsetzung der EU-Wasserrahmenrichtlinie, die eine entsprechende Öffentlichkeitsbeteiligung zwingend vorsieht. Der Einbindung der Bevölkerung in die Gestaltung der Flusslebensräume kommt hier eine zentrale Bedeutung zu.

Das Thema Öffentlichkeitsarbeit auf Kläranlagen wurde seitens des ÖWAV auf Grund einer Initiative der NÖ Landesregierung (Erstellung von Unterlagen für Kindergärten) 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. Zwischenzeitlich wurde das Thema in Österreich auch in den Lehrplan für die Kanalfacharbeiterausbildung aufgenommen.

4 Zielgruppen

Als generelle Zielgruppe wird hier 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, wo 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
- Potentielle (zukünftige) Mitarbeiter

- Gemeinde-/Verbandsvorstand, Mitgliederversammlung,
- Derzeitige und zukünftige Kunden (Bürger, Firmen)
- Kooperationspartner
- Lieferanten, Banken, Fördereinrichtungen
- Medien (Fernsehen, Rundfunk, Presse)
- Umweltschützer, BI,
- Jugend, Schüler, Lehrer, Universitäten
- Politiker
- Verwaltung, Behörden
- Interessensvertretung, Fachverbände
- Anrainer, Nachbarn
- Blaulichtorganisationen (Feuerwehr, THW, Polizei, Rettung,...)

5 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.

Folgende Instrumente können eingesetzt werden:

Medienarbeit:

- Presseaussendung (max. 2 Seiten, klar und sachlich, treffender Titel, exakte Angaben, Wer? Was? Wann? Wo? Wie?, Fotos + Grafiken in digitaler Form beilegen)
- Pressekonferenz (sparsam einsetzen, Waschzettel, Fotos, Grafiken, Namen und Funktion klar nennen, exakte Planung, Abwicklung und Nachbearbeitung erforderlich)

- Pressegespräch (Runder Tisch, Meinungs austausch, Thema z.T. offen, persönliche Zitate, Fragerunden)
- Kamingespräch (ausgewählter Kreis, gemütlich z.B. Abendessen, Schwergewicht ist die Hintergrundinformation)
- Einzelgespräch (Exklusivstory, beste Diskussionsmöglichkeit, Chancengleichheit, Vertrauen)

Öffentliche Veranstaltungen, Aktionen:

- Tag der offenen Tür (exakte Planung, Programm, Kinderangebote, Vorführungen, Ausstellung, Modelle, Unterlagen, Musik, Getränke, Presse, Quiz am Ende, etc.)
- Schulexkursionen, Gemeinschaftsaktionen (Wettbewerbe, Projekte, Lehrer!, Fragebogen - Leistungsnachweis)
- Stammtische, Diskussionsrunden (Gespräch, Bürgernähe, Themenvorgabe)
- Messeteilnahme (lokale Messen)
- Kundenzeitschrift („Rohrpost“, Mitarbeitervorstellung, Informationen, soziale Themen, Leserbriefe, Werbung)
- Unternehmensdokumentationen (Folder, Broschüren, Geschäftsberichte)
- Homepage (laufend aktualisieren!)
- Telefonkontakte, Beschwerde-/Störungsstelle
- Sonstiges (Aufkleber, Schriftzug Kleidung/Fahrzeug, Hinweisschilder, Logo)

Nach innen:

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

- Feier
- Mitarbeiterzeitschrift

Bei derartigen Veranstaltungen sollte auch immer ein Fragebogen ausgegeben werden. Feedback ist wichtig – was kommt besonders gut an – was nicht. Was kann man verbessern? Zahl der Teilnehmer? Zahl/Qualität der Presseberichte erheben/sammeln.

6 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. Hiefür 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 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.

7 Kann man Öffentlichkeitsarbeit lernen?

Speziell auf mittleren und kleineren Anlagen wird es diesbezüglich kaum ausgebildetes Personal (Fachhochschule, Journalisten, Pressestelle) geben. Jede größere Stadt, Verband, Gemeinde hat aber zumeist selbst derart qualifiziertes Personal oder bedient sich regelmäßig entsprechender externer Firmen. Eine Kontaktaufnahme mit der Bitte um entsprechende Unterstützung sollte keine Fehlbitte sein.

Es gibt aber auch Kurse: z.B. Umweltschutz Schweiz: „Führungen durch eine Kläranlage attraktiv gestalten“ – Praxiskurs für mittlere und kleinere Kläranlagen. (www.umweltschutz.ch/index.php?pid=109&id=35).

Für die Öffentlichkeitsarbeiter größerer Anlagen werden seit 2010 internationale Workshops/Expertengespräche (D-A-CH) abgehalten. Zuletzt traf man sich in Dresden und Wien, das nächste Expertengespräch findet am 6./7.6.2011 in Hannover statt. Auch hier gilt: Wissen vermitteln - Erfahrungen austauschen - vom Nachbarn lernen!

Öffentlichkeitsarbeit kann man auch selbst lernen – learning by doing! Im Rahmen der Nachbarschaftsarbeit kann man die Teilnehmer kurz über die Grundsätze informieren und sodann im Rahmen einer Gruppenarbeit auffordern selbst folgende Themen zu bearbeiten und anschließend die Ergebnisse allen zu präsentieren:

- Erstelle eine Presseinformation über den heutigen Nachbarschaftstag für die Lokalzeitung (Foto nicht vergessen!)
- Was ist bei einem Rundgang über die Kläranlage alles zu beachten? Was/wie präsentiere ich? (Vorbereitung, Teilnehmer, Unterlagen, Route, Fragen, Themen, Verpflegung, Sicherheit,...)
- Wie kann man die Mitarbeiter/Vorgesetzten/Freunde/Bürger/..... am besten informieren?
-

7 Was bringt Öffentlichkeitsarbeit?

Die Vorteile einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit sind:

- Vertrauen in der Bevölkerung
- Bewusstseinsbildung
- Mittragen von Entscheidungen und deren Konsequenzen (Invest)
- Bewältigung von Krisen
- Imagegewinn in der Öffentlichkeit
- Erzeugung eines öffentlichen Drucks für ein bestimmtes Thema
-

8 Literatur

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

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

Korrespondenz an:

Dipl.-Ing. Gerhard Spatzierer
Amt der Burgenländischen Landesregierung

Abt. 9 – Wasser- und Abfallwirtschaft

Europaplatz 1

A – 7000 Eisenstadt

Tel.: 0043/2682/600-6500

Fax: 0043/2682/600-6633

Mail: gerhard.spatzierer@bgld.gv.at