

*Sabine Stropp*

### **Öffentlichkeitsarbeit - konzeptionelle Herangehensweise**

Öffentlichkeitsarbeit wird in der Literatur auch als Public Relations (PR) bezeichnet. Sie stellt die klassische Form der Unternehmenskommunikation dar:

- beschäftigt sich mit dem Erscheinungsbild einer Einrichtung in der Öffentlichkeit;
- beinhaltet die Planung, Organisation, Durchführung sowie Kontrolle aller kommunikativen Aktivitäten einer Unternehmung;
- und hat die Aufgabe, Vertrauen aufzubauen und zu pflegen.

Öffentlichkeitsarbeit im Archiv bedeutet Vertrauenswerbung in eigener Sache für das eigene Prestige. Öffentlichkeitsarbeit ist werbende Selbstdarstellung zu dem Zweck, sich die öffentliche Geltung zu verschaffen, die erforderlich ist, um durch Einwirken auf die öffentliche Meinung eine Änderung menschlicher Vorstellungs- und Verhaltensweisen herbeizuführen.

Die seit 1992 in den neuen Bundesländern erfassten modernen Archivgesetze verankern in landesspezifischer Form die Pflicht zur Öffentlichkeitsarbeit.

Hinsichtlich der gesetzlichen Vorlagen erwächst für die Archive die Aufgabe, aktive und überzeugende Öffentlichkeitsarbeit zu leisten. Die zu gestaltende ÖA muss sich dabei auf die gesamte öffentliche Umwelt richten. Jeder Bürger hat Anspruch darauf zu erfahren, welche Schätze sich hinter den Mauern der Archive verbergen.

Die in der Öffentlichkeit leider noch oft vertretende negative Meinung, dass Archive verstaubte Einrichtungen darstellen, muss durch aktive Öffentlichkeitsarbeit abgebaut werden. Nur durch wirkungsvolle Präsentation in der Öffentlichkeit werden die Archive in der Öffentlichkeit wahrgenommen.

Die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Sie dient als Grundlage dafür, dass das Archiv in seinem gesellschaftlichen Umfeld als geachtetes Mitglied anerkannt wird.

Doch leider wird in vielen Archiven die Öffentlichkeitsarbeit eher unsystematisch, zufällig und nebenbei erledigt. Die Ergebnisse zeigen häufig, dass der Inhalt oft wichtiger angesehen wird, als die Form der Präsentation. Man kann nicht NICHT kommunizieren. Dieser Satz macht deutlich, dass es unmöglich ist, keine Öffentlichkeitsarbeit zu praktizieren. Auch Schweigen hat Auswirkungen auf die Arbeit eines Archivs. Oft gilt das Argument Öffentlichkeitsarbeit ist etwas für profitstrebende Unternehmen, aber doch nicht für uns. Öffentlichkeitsarbeit wird in diesem Argument gleichgesetzt mit Werbung, Propaganda, Reklame. Diese unzutreffende Gleichsetzung führt zu Widerständen.

Man sollte daher wissen, dass Werbung und Öffentlichkeitsarbeit teilweise identische Absichten haben und ähnliche Methoden benutzen, dennoch ist die Öffentlichkeitsarbeit nicht mit der Werbung gleichzusetzen.

Werbung ist die Sammelbezeichnung für alle Maßnahmen, die auf die unmittelbare Auslösung von Kaufentschlüssen oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen abzielen. Die Instrumente der Werbung sollen kurzfristige Aufmerksamkeiten wecken und Kaufentscheidungen bewirken. Werbung ist in der Kommunikationsform immer nur ein Monolog, während die Öffentlichkeitsarbeit grundsätzlich einen Dialog anstrebt.

Darüber hinaus ist gute Öffentlichkeitsarbeit ehrlich, glaubwürdig und überzeugend.

---

Will Öffentlichkeitsarbeit langfristig wirken, will sie Akzeptanz und Bekanntheit, Image und Identität, Profil und Positionierung für eine Organisation erreichen, kann sie nicht auf Schnellschüsse setzen mit aus der Schublade gezogenen Maßnahmekatalogen. Ohne eine sorgfältig erarbeitete Situationsanalyse, ohne eine Planung, die Kommunikationsziele, Teilöffentlichkeiten/Zielgruppen, Kommunikationsinhalte sowie PR-Maßnahmen definiert und auf einander abstimmt, ohne eine klar festgelegte Durchführung und Ergebniskontrolle werden gute Absichten schnell Makulatur.

Die Arbeit an den öffentlichen Beziehungen einer Organisation kann nicht losgelöst von anderen elementaren Managementaufgaben gesehen werden, wie der Finanzierung, Personalgewinnung und dem Marketing. Daher sollte, die Öffentlichkeitsarbeit nicht losgelöst von den übrigen Archivaufgaben gestaltet werden! Die Öffentlichkeitsarbeit ist letztendlich nur so gut, wie die Gesamtleistung bzw. das Dienstleistungsangebot der Archiveinrichtung und darf daher nicht losgelöst betrachtet und gefördert werden. Um die Öffentlichkeitsarbeit in diesem Sinne effektiv zu gestalten, ist die konzeptionelle Herangehensweise für Archive notwendig.

**Das Konzept besteht** aus drei Ebenen:

- **den Zielen, Strategien und Instrumenten.**

Am Anfang einer solchen Konzeption steht die Festlegung der zu erreichenden Ziele. Dies setzt zunächst eine umfassende Analysephase voraus, bei dem der Ist-Zustand des Archivs genau untersucht wird. Das Ziel einer solchen Untersuchung muss es sein, die eigenen Schwächen und Stärken zu ermitteln und aus den gewonnenen Kenntnissen Unternehmensziele abzuleiten. Ziele sollten folgenden Anforderungen gerecht werden:

- präzise,
- messbar,
- erreichbar,
- realistisch und terminiert.

Darüber hinaus weisen die Ziele ökonomische (z.B. finanzielle Quellen zu sichern) und psychologische (z.B. positives Image) Merkmale auf.

Um dies Ziele verwirklichen zu können stehen nun verschiedene Strategien und Instrumente bereit. Eine Strategie ist z. B. Die Segmentstrategie, die u.a. die Archivbenutzergruppen entsprechend ihrer Nutzungsanliegen aufsplittert. Die Instrumente dienen nun dazu, die gesteckten Ziele zu verwirklichen. Diese Instrumente lassen sich wiederum in vier Bereiche unterteilen:

- Produktpolitik (Angebotsgestaltung)
- Distributionspolitik (Informations- und Vertriebswege)
- Kommunikationspolitik (z.B. Öffentlichkeitsarbeit)
- Preispolitik (Differenzierung, Rabatte, Konditionen)

Die Angebotsgestaltung beschäftigt sich mit der Gestaltung der anzubietenden Leistungen und den damit verbundenen Serviceangeboten.

Zu der im Archiv angebotenen Leistung gehört nicht allein der Archivbestand, sondern auch die damit verbundenen Serviceleistungen: Präsentation, Ausstellungen, Kopierarbeiten, Auskunftsdienste etc..

Die Gegenleistungsgestaltung umfasst alle Maßnahmen, die mit dem Preis als Gegenleistung für die angebotenen Leistungen in Verbindung stehen. Dazu zählen: Preise, Rabatte, Skonti, Zahlungsbedingungen, Garantieleistungen etc.

Die Gegenleistung für öffentliche Archive stellt im weitesten Sinne die Nutzung und Anerkennung der Einrichtung dar.

Die Distributionsgestaltung ist auf diejenigen gestalterischen Maßnahmen gerichtet, die sich der Bereitstellung der archivischen Leistungen vom Archiv zu den benutzern auseinandersetzen. Dazu zählen: Öffnungszeiten, räumliche Voraussetzungen, technische Ausstattungen etc.

---

Die Kommunikationsgestaltung stellt das vierte Instrument dar. Sie ist auf die Darstellung der angebotenen Archivleistungen gegenüber den Benutzergruppen gerichtet und umfasst die Maßnahmen, die der Kommunikation zwischen dem Archiv sowie seinen aktuellen und potenziellen Benutzern sowie Mitarbeitern dienen. Eine Möglichkeit der Kommunikationsgestaltung ist die **Öffentlichkeitsarbeit**.

Das Anliegen der Öffentlichkeitsarbeit im Archiv besteht u.a. daher darin:

- Ziele, Interessen, Tätigkeiten in der Öffentlichkeit zu verdeutlichen;
- die Identität nach innen (Mitarbeiter) und nach außen (Archivbenutzer) zu stärken;
- Aufmerksamkeit, Vertrauen und Sympathie zu wecken, basierend auf Glaubwürdigkeit und Akzeptanz;
- Bekanntheitsgrad und Besucherzahlen zu steigern;
- einen strategisch geplanten Imageaufbau zu betreiben und damit die Zukunft zu sichern.

Das Kommunikationsspektrum verdeutlicht, an wen sich die Öffentlichkeitsarbeit eines Archivs richtet:

- schriftgutabgebende Behörde,
- breite Öffentlichkeit,
- Mitarbeiter des Archivs,
- aktuelle und potenzielle Archivbenutzer,
- Medien und Kooperationspartner.

Für deren Beziehungsgestaltung steht im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit eine Vielzahl von Maßnahmen zur Verfügung. Die Einzelmaßnahmen können in Gruppen zusammengefasst werden:

- Interne Öffentlichkeitsarbeit,
- Medienarbeit,
- Veranstaltungsarbeit und Präsentation,
- Kontaktarbeit.

### Zur internen Öffentlichkeitsarbeit

Sie bezieht sich auf die gezielte und planvolle Beziehungsgestaltung des Archivs zu seinen Mitarbeitern.

Insbesondere die unmittelbaren Kontaktpersonen leisten gegenüber den Archivbenutzern passive Öffentlichkeitsarbeit. Öffentlichkeitsarbeit ist daher allgegenwärtig. Durch das Auftreten, den Umgangsformen und der Kompetenz repräsentieren insbesondere die Mitarbeiter des Benutzerdienstes, der Telefonauskunft, der Aktenübernahme das Archiv nach außen. Sie nehmen somit großen Einfluss auf die vertrauensbildende Benutzer/ und Kundengestaltung und tragen wesentlich zum äußeren Erscheinungsbild des Archivs bei. Für das unmittelbare Kontaktpersonal sind regelmäßig Mitarbeiterschulungen und Kommunikationsprogramme unter den Kriterien: Höflichkeit, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Sensibilität durchzuführen. Bei den Mitarbeitern ist das Bewusstsein zu stärken, dass ihre Aufgabenerfüllung immer im Dienst der Archivbenutzer stehen muss. Die Mitarbeiter tragen durch ihr Verhalten aktiv zur Mundpropaganda bei. Eingehende Beschwerden sind mit den betreffenden Mitarbeitern auszuwerten und daraus Konsequenzen für die zukünftige Arbeit zu ziehen.

Aber auch positive Meinungsäußerungen sind bekannt zugeben und dienen zur Steigerung der Motivation.

### Zur Medienarbeit

Sie dient der Bereitstellung und Verbreitung von Informationen des Archivs (Quelle) über die Medien (Sender) zur Öffentlichkeit (Empfänger). Hier liegen oft große Reserven, die es zu nutzen gilt.

#### Aufgaben der Medienarbeit:

Pressearbeit ist Beziehungsarbeit, daher ist die Redaktion kontinuierlich mit interessanten Informationen zu bedienen. Die Inhalte der Pressemitteilungen müssen wahr, klar, sachlich und unemotional gestaltet sein (hierbei ist auf Fakten zu setzen). Alle Mitteilungen sind glaubwürdig und wahrheitsgetreu zu gestalten und müssen ein korrektes Bild von der Einrichtung widerspiegeln. Von nicht haltbaren Versprechen wie „Wir bieten ihnen alles, was sie zur Er-

---

stellung einer Ortschronik benötigen“ ist dringend abzuraten. Die Nichterfüllung einer Erwartungshaltung würde zu Enttäuschungen führen und bei den Benutzern ein negatives Bild hervorrufen. Presseaktionen sind strategisch zu planen (Zeitpunkt, ggf. mehrstufige Informationsvermittlung, um Nachhaltigkeit zu bewirken). Eine einseitige Medienarbeit als Form reiner Informationsvermittlung ist nicht anzustreben, sondern kritische Kommentare und Zeitungsberichte sind aufzugreifen und zu diskutieren. Die Zielgruppenauswahl ist ebenfalls eine Aufgabe im Rahmen der Medienarbeit. Hier müssen folgende Fragen beantwortet werden: wer soll in welchen Medien was veröffentlichen und wird mit dem angestrebten Medium auch tatsächlich das Ziel-Publikum erreicht?

Mit den Pressemitteilungen sollen u.a. folgende Informationen verbreitet werden:

- Bekanntgabe neuer Dienstleistungsangebote,
- Vorstellung neuer Publikationen,
- Präsentieren von sensationellen Erkenntnissen oder Funden,
- Informationen über gelungene Restaurierungen,
- Bekanntgabe von geplanten Veranstaltungen bzw. Ausstellungen und Tagen der offenen Tür.

Aber auch zeitlose Themen können angesprochen werden und somit für ständige Präsenzen in der Öffentlichkeit sorgen.

#### Zur Veranstaltungsarbeit und Präsentation

Ziel dieser Maßnahmen sollte es sein, das Archiv als Faszination erlebnisreich zu präsentieren.

Zielgruppen dieser Maßnahmen sind:

Die abgebenden Verwaltungsstellen und die breite Gruppe der Archivbenutzer.

Die Gestaltung von Tagen der offenen Tür ist hierbei als eine Veranstaltung zu nennen. Diese Tage fördern den persönlichen Kontakt des Archivs mit der breiten Öffentlichkeit nach innen und außen und sollten regelmäßig durchgeführt werden.

Damit diese Tage in der Öffentlichkeit Anerkennung und Zuspruch finden, ist eine gute Planung notwendig.

Bei der Gestaltung sind die unterschiedlichen Benutzergruppen zu beachten. Es kann grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass viele Bürger diesen Tag nutzen, um sich ein Bild über das Archiv zu verschaffen.

Auch hier gilt es, Authentika in Szene zu setzen, Dienstleistungen wirkungsvoll zu präsentieren und erlebnisreiche Höhepunkte zu gestalten. Dies ist für alle Zielgruppen wichtig. Der Tag soll auch Arbeitsabläufe und Probleme von Archiven aufzeigen, um die Kommunikation von Archiv und Benutzern zu verbessern.