

Öffentlichkeitsarbeit in Bibliotheken

Versuch einer Definition: Öffentlichkeitsarbeit ist nicht gleich Werbung ist nicht gleich Pressearbeit ist nicht gleich Kommunikation ist nicht gleich Veranstaltungsorganisation ist nicht gleich Marketing ist nicht gleich Lobbying.

Öffentlichkeitsarbeit ist gleich PR, PR steht für Public Relations und meint, in eine öffentliche Beziehung zu treten. Zu wem? Zu allen! Wie? Mit allen Mitteln.

Beziehungen pflegen

Eine Beziehung gehört gepflegt, andernfalls kann eine praktikable Beziehungskrise die Folge sein. Die öffentliche Bibliothek unterhält im Normalfall Beziehungen zu Zielgruppen, zu bereits vorhandenen, das sind alle tatsächlichen Nutzerinnen und Nutzer der Einrichtung, und zwar sämtlicher Altersstufen und unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft, Nationalität, sozialem Status und ethnischer Zugehörigkeit. Darüber hinaus gibt es in vielen Bibliotheken auch platonische Beziehungen: zu Nichtnutzerinnen und Nichtnutzern, in der Regel zu NichtleserInnen; gerade sie sollten verstärkte Zuwendung durch die Bibliothek erfahren, nicht zuletzt mit dem Instrumentarium Öffentlichkeitsarbeit. Insofern ist Öffentlichkeitsarbeit auch Zielgruppenarbeit und richtet sich nach außen.

Öffentlichkeitsarbeit nach innen ist notwendig innerhalb des eigenen Teams, gegenüber dem Träger und Erhalter der Bibliothek, gegenüber politischen Entscheidungsträgern, Gremien, Meinungsbildnern und MultiplikatorInnen, UnterstützerInnen und Förderern.

Öffentlichkeitsarbeit in der Öffentlichen Bibliothek soll dazu dienen, über ein Angebot zu informieren, Leistungen und Kompetenzen aufzuzeigen, eine Dienstleistung anzupreisen Aufmerksamkeit und Interesse hervorzurufen. Öffentliches Interesse. Und die Bibliothek bekannt zu machen, die MitarbeiterInnen der Bibliothek bekannt zu machen. Ein Image herauszubilden und dieses in der Folge zu kontrollieren, gegebenenfalls zu korrigieren, zu verbessern, in jedem Fall zu pflegen. Insofern ist Öffentlichkeitsarbeit ein permanenter Prozess, der Erfolg der eingesetzten Mittel ist laufend zu beobachten, die eingesetzten Mittel selbst sind ständig zu hinterfragen. Öffentlichkeitsarbeit gehört aktualisiert. Immer.

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet Arbeit in einer Öffentlichkeit, für eine Öffentlichkeit und mit einer

Öffentlichkeit. Öffentlichkeitsarbeit zieht Präsenz nach sich und Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Öffentlichkeitsarbeit stellt ein Produkt vor: das Produkt Bibliothek. Die Marke Bibliothek.

Öffentlichkeitsarbeit ist Teil eines Leitbildes

Öffentlichkeitsarbeit umfasst Kontakte und Kooperationen, Ankündigungen und Verlautbarungen, die Auflistung von Zahlen, Daten und Fakten, die Präsentation von Leistungen. Zur Öffentlichkeitsarbeit zählen Planen, Bekanntmachen und Durchführen von Veranstaltungen, aber auch Auftreten und damit Erscheinungsbild – beginnend beim Auftreten des Teams der Bibliothek mit Kompetenz in Service und Beratung. Eine wesentliche Rolle spielen Raumplanung, Einrichtung, Beleuchtung und Beschilderung, weiters die Medienauswahl und Bestandsanordnung, Presse- oder besser Medienarbeit, nicht zuletzt die Gestaltung von Einladungen und Werbemitteln, Benutzerausweisen und Gebührenordnungen, Jahreskarten, Familienkarten und Publikationen. Wie sind die Regale beschriftet, wie sieht ein Logo aus, sofern vorhanden, wie ansprechend ist die Homepage gestaltet oder ein Schaufenster? Sind so abstrakte Ziele bis hin zur Benutzerfreundlichkeit, Kundenorientierung und Barrierefreiheit verwirklicht? Haben wir eine Corporate Identity, ein Corporate Design vielleicht – in jedem Fall eine unverwechselbare Identität.

Netzwerken

Öffentlichkeitsarbeit heißt netzwerken – in Zeiten wie diesen vielleicht sogar soziales netzwerken auf allen Ebenen – (listen-)mailen, newsletters, bloggen, posten, twittern, simsens, facebooken, youtuben. Um Informationen weiterzugeben, um einander auszutauschen. Um Bericht zu erstatten.

Öffentlichkeitsarbeit ist gleich Werbung ist gleich Medienarbeit ist gleich Kommunikation ist gleich Veranstaltungsorganisation ist gleich Marketing ist gleich Lobbying ist gleich Beziehungspflege ist gleich Imagepflege.

Die Notwendigkeit von Öffentlichkeitsarbeit ist nicht mehr zu hinterfragen, sondern unbestritten.

Öffentlichkeitsarbeit ist Strategie. Strategie ist im Normalfall planbar, ein Plan ist eine Aufgabe.

Öffentlichkeitsarbeit ist eine Aufgabe. Aufgaben sind machbar.

Was versteht man eigentlich unter Öffentlichkeitsarbeit? Und wie grenzt sich diese gegenüber Pressearbeit, Werbung, Marketing, Lobbying oder anderen Kommunikationsstrategien ab?

AutorIn: Peter Baier-Kreiner

Links: [Pressearbeit: Viele Ws und ein Kuss](#)
[Was ist Werbung?](#)

Thema des Monats Teaser:

Wenn man Bibliotheken medien- und publikumswirksam präsentieren möchte, ist eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit unabdingbar. Wesentlich hierfür ist der Aufbau eines umfassenden Netzwerks – mit JournalistInnen, LeserInnen, PolitikerInnen und allen UnterstützerInnen.

Tags: [Tipps & Tools](#)
[Kommunikation](#)
[Öffentlichkeitsarbeit](#)