

„Aktiver kommunizieren“

Sektionschef Dr. Franz Einzinger, Leiter der Sektion I (Präsidium), über die Anforderungen einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit im Bundesministerium für Inneres.

Herr Sektionschef, was waren Ihre Erwartungen an das neue Modell der Öffentlichkeitsarbeit?

Einzinger: Als wir begonnen haben, die Öffentlichkeitsarbeit im Innenressort zu überdenken, habe ich zwei Fragen gestellt: Was wird das neue Modell kosten? Und was wird es leisten? Die Vorgaben an die Projektleitung waren ganz klar: Es musste eine schlanke Struktur gefunden werden, die den hohen Anforderungen einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit gerecht wird. Nicht-Ziel war eine Aufblähung der Öffentlichkeitsarbeitsstruktur.



Sektionschef Franz Einzinger: „Die neue Struktur vermeidet Doppelgleisigkeiten und Reibungsverluste.“

Ist dieses Ziel erreicht worden bzw. wird die neue Struktur den hohen Anforderungen gerecht?

Einzinger: Ja, davon bin ich überzeugt. Die Rückmeldungen sind durchwegs positiv. Die neue Struktur vermeidet Doppelgleisigkeiten und Reibungsverluste. Das ist für ein so großes und sensibles Ressort wie das Innenressort unverzichtbar. Gerade in Zeiten wie diesen braucht es nicht nur eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit, sondern auch eine, die effizient und sparsam arbeitet. Mit dem neuen Modell haben wir eine solche Struktur geschaffen.

Wo liegt ihrer Meinung nach der Schlüssel zum Erfolg der neuen Öffentlichkeitsarbeit?

Einzinger: Für mich sind mehrere Faktoren entscheidend: Am wichtigsten ist wohl, dass es nur mehr ein einziges Team pro Bundesland gibt, das nun für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist. Vor der Umstrukturierung haben die Sicherheitsdirektionen, Landespolizeikommanden und Bundespolizeidirektionen oft unabgestimmt voneinander Öffentlichkeitsarbeit geleistet – mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die nebenbei halt einmal schnell Medienarbeit gemacht oder etwas auf die Home-

arbeiter die neuen Anforderungen erfüllen, greifen wir natürlich zuerst auf sie zurück. Gerade in Zeiten, in denen auch das Innenressort einen maßgeblichen Beitrag zum Budget zu leisten hat, müssen wir vorhandene Personalressourcen optimal einsetzen, um unsere Ziele zu erreichen. Es gibt aber auch zwei Bundesländer, wo wir uns für eine Ergänzung durch externe Experten entschieden haben. Insgesamt ist das nun eine sehr gute Mischung.

Welche Ziele sollen mit der neuen Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden?

Einzinger: Wir wollen vor allem aktiver kommunizieren, sowohl nach innen als auch nach außen. Bei der Behördenreform und beim Bundesamt für Fremdenwesen und Asyl gehen wir bereits diesen Weg – und haben Erfolg. Wichtig ist mir auch eine verbesserte interne Kommunikation. Wir müssen möglichst gut und zielgerecht mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommunizieren und vor allem auch ihr Potenzial und ihre Fähigkeiten für die Darstellung der Leistungen und Positionen unseres Ressorts nützen.

Wie wird sich die Öffentlichkeitsarbeit in einem Jahr weiterentwickelt haben?

Einzinger: Ich glaube, es wird vermehrt bewusst werden, dass Öffentlichkeitsarbeit nicht nur die Beantwortung von Journalistenanfragen bedeutet. Wir brauchen einen professionellen Mix aus einer modernen Kommunikation im Unternehmen, einer möglichst proaktiven Kommunikation nach außen und einem professionellen Veranstaltungsmanagement. Eine solche integrierte Öffentlichkeitsarbeit trägt wesentlich zum Erfolg bei. Sie können einen Einsatz noch so gut planen und ausführen, wenn die Öffentlichkeitsarbeit versagt, kann aus einem Erfolg schnell ein Misserfolg werden.

page gestellt haben. Mit dem neuen Modell sind nun Profis am Werk, die im Team für das jeweilige Bundesland arbeiten. Dadurch haben wir heute schon etwas geschaffen, das mit der Behördenform 2013 auch in anderen Bereichen kommen wird.

Werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die hohen Erwartungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit erfüllen können?

Einzinger: Diese Frage kann ich mit einem eindeutigen Ja beantworten. Wir haben etwa in der Zentralstelle Personen am Werk, die sehr viel Know-how mitbringen und seit der Neustrukturierung vieles optimiert haben. Die interne und externe Öffentlichkeitsarbeit wird nun etwa vorausschauender geplant. Zudem mussten sich die neuen ÖA-Team-Leader in den Bundesländern einem strengen, umfassenden Hearing stellen, wie es auch in der Privatwirtschaft üblich ist. Wir wollten die Besten aus der Organisation für die Organisation. Und wir haben sie auch bekommen.

Wäre es nicht sinnvoll, auch externe Personen, wie etwa Journalisten, einzustellen?

Einzinger: Solange in der eigenen Organisation Mitarbeiterinnen und Mit-