Zeitschrift: NIKE-Bulletin
Herausgeber: Nationale Informationsstelle für Kulturgüter-Erhaltung
Band: 12 (1997)
Heft: 4

Artikel: Öffentlichkeitsarbeit in der Römerstadt Augusta Raurica
Autor: Suter, Daniel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-727107

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Ausstellung «Grenzen – Grenzenlos» zeigt anhand von sechs ausgewählten Bereichen die Allgegenwart von Grenzen – und deren Überschreiten – im Leben des Menschen, von der Steinzeit bis in die jüngste Vergangenheit: Der Tod – Grenze zwischen Diesseits und Jenseits. – Kulturen bilden und überwinden Grenzen. – Staaten sperren und überschreiten Grenzen. – Gesellschaften setzen und verändern Grenzen. – Bauwerke schaffen und überdauern Grenzen. – Waffen sichern und verletzen Grenzen.

Prof. Dr. Stefanie Martin-Kilcher
Universität Bern
Institut für Ur- und Frühgeschichte
und Archäologie der Römischen Provinzen
Bernastrasse 15A
3005 Bern

Öffentlichkeitsarbeit in der Römerstadt Augusta Raurica

Résumé

Augusta Raurica est le lieu touristique le plus visité du Canton de Bâle-Campagne et reçoit chaque année plus de 100 000 visiteurs. Les touristes suisses et étrangers sont toujours enthousiasmés par l'offre variée d'activités qu'offre la ville romaine. Environ 35% des visiteurs viennent de l'étranger, un grand nombre d'entre eux de la région du Rhin supérieur. Le Musée romain accueille en moyenne 65'000 visiteurs par an, la moitié d'entre eux sont des écoliers qui viennent de toute la Suisse, d'Alsace et de la région sud du pays de Bade. Il ne faut donc pas s'étonner que les musées ont toujours plus tendance à pratiquer une politique professionnelle d'information du public et semblent délaisser toujours plus les tâches classiques qui leur incombent. Le succès d'un musée dépend cependant toujours du travail soigneusement effectué au sein même du musée dont l'action peut être encouragée vers l'exté-

Augusta Raurica ist mit über 100 000 Besucherinnen und Besuchern der meistbesuchte touristische Ort im Kanton Baselland. Gäste aus dem In- und Ausland sind immer wieder begeistert vom abwechslungsreichen Besichtigungsangebot in der Römerstadt.

Rund 35 % der Besucherinnen und Besucher stammen aus dem Ausland, darunter ein Grossteil aus der Oberrheinregion. Das Römermuseum selbst wird durchschnittlich von rund 65'000 Besucherinnen und Besucher pro Jahr besucht, davon sind rund die Hälfte SchülerInnen aus der ganzen Schweiz, dem Elsass und aus Südbaden.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt nach wie vor in der sorgfältigen Museumsarbeit, deren Wirkung nach aussen jedoch durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit unterstützt werden kann.

Hurra, wir haben einen PR-Beauftragten ...

Der Trend in Richtung professioneller Öffentlichkeitsarbeit verstärkt sich zunehmend in der Museumslandschaft. Schlagworte wie «PR-Management» und «Marketing» sind in aller Munde und scheinen die klassischen Hauptaufgaben eines Museums mehr und mehr ins Schattendasein zu verdrängen. Mit der Anstellung eines PR-Beauftragten meint man nun, das Ei des Kolumbus gefunden zu haben, um das Problem knapper werdender Budgets und schwindender Besucherzahlen zu lösen. Dem ist aber bei weitem nicht so. Der Schlüssel zum Erfolg liegt nach wie vor in der sorgfältigen Museumsarbeit, deren Wirkung nach aussen jedoch durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit unterstützt werden kann. Denn erst wenn die Grundleistung überzeugt, kann auch die Kommunikation nach aussen glaubwürdig und erfolgreich gestaltet werden.

... als Conférencier oder als Coach und Motivator?

Ein weiterer Irrglaube besteht darin, dass der «Übermensch» PR-Beauftragter die ganze Öffentlichkeitsarbeit übernimmt und erfolgreich gestaltet, während sich der Rest des Teams aus der Verantwortung zurückziehen kann. Öffentlicheitsarbeit ist aber eine viel zu wichtige Aufgabe, als dass Sie nur einer Person anvertraut werden darf. Was nützt ein motivierter PR-Beauftragter, der mit viel professionellem Know-how die Einzigartigkeit seines Museums anpreist, wenn der so angelockte Besucher an der Kasse abgefertigt wird, wie beim Sommerschlussverkauf? In der Römerstadt Augusta Raurica verstehen wir Öffentlichkeitsarbeit als wichtige Aufgabe aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Denn das Image eines Betriebes setzt sich aus vielen Mosaiksteinchen zusammen. Basis bilden Grundsät-

Ein Ausschnitt aus: Priska und Silvanus, Unruhige Zeiten in Augusta Raurica, Augster Museumshefte 15

ze wie Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft gegenüber den Besucherinnen und Besuchern, den Lieferanten und den Fachkolleginnen und Fachkollegen. Dieser Kundenservice kostet im Gegensatz zu einer aufwendigen PR-Kampagne nicht viel, trägt aber langfristig die grössten Früchte.

Wozu denn überhaupt einen PR-Beauftragtern einsetzen, wenn der Grossteil der Arbeit so oder so durch das ganze Team geleistet wird? Der PR-Beauftragte übernimmt die Aufgaben eines Supporters, der mit seinem Know-how und seinen Ideen den Auftritt nach aussen koordiniert und für Kontinuität sorgt. Denn in der Vergangenheit wurde Öffentlichkeitsarbeit stets geleistet, wenn neben den zahlreichen Projektarbeiten, Sitzungen und Besprechungen noch etwas Zeit übrig blieb. Der PR-Beauftragte ist verantwortlich, dass bereits bei der Planung der einzelnen Projekte die Kundenorientierung und die Öffentlichkeitsarbeit nicht vergessen werden und dass er die einzelnen am Projekt beteiligten motiviert, auch diesen Aspekt im Projekt zu berücksichtigen.

Öffentlichkeitsarbeit – von der Philosophie zur Umsetzung

Die Basis der Öffentlichkeitsarbeit in Augusta Raurica ist die seriöse wissenschaftliche Arbeit der Archäologen und Museologinnen. Ziel soll es sein, die Erkenntnisse unserer täglichen Arbeit auf eine fachgerechte Art und Weise unseren Interessensgruppen zu vermitteln. Wichtig ist hier der Aspekt der Zielgruppenorientierung. Zu Beginn eines Projektes fragen wir uns, an wen wir uns wenden möchten, um so die Bedürfnisse unseres Zielpublikums zu berücksichtigen. Un-

rieur par un travail professionnel d'information du public.
Le travail d'information du public à Augusta Raurica repose sur un travail scientifique sérieux de la part des archéologues et des muséologues. L'objectif de ces spécialistes étant de transmettre de manière adaptée aux groupes d'intérêt les résultats de leur travail quotidien. Au début du projet, les archéologues et muséologues se sont tout d'abord demandés à qui ils désiraient s'adresser afin de prendre en considération les besoins de ce public ciblé. La maison

d'édition du musée fournit un excellent exemple du travail accompli. Elle publie différentes séries d'ouvrages en fonction du public visé : la série «Forschungen in Augst» s'adresse essentiellement à un public spécialisé, la série «Augster Museumhefte» s'adresse surtout à un public d'amateurs intéressés et la série «Augster Blätter zur Römerzeit» (deux volumes sont parus en français) est conçu pour les parents ou comme documentation de classe pour les enseignants. L'objectif de ce travail est de terminer le projet scientifique par la publication d'une brochure grand public. Tous les projets de recherche ne sont conviennent pas à une publication populaire mais les résultats obtenus par la recherche doivent en tous cas être traités de manière à être accessibles. Un exemple de ce qui a été fait dans ce sens: la bande dessinée Augusta Raurica, une réalisation à laquelle ont participé plus de vingt spécialistes. Les deux volumes «Temps troublés à Augusta Raurica» et «La destruction d'Augusta Raurica» ont été vendus à 25 000 exemplaires, un succès car ils répondent aux besoins du public qu'ils visent.

ser Buchverlag kann hier als gutes Beispiel dienen. Unsere Publikationsreihen lassen sich wie folgt aufgliedern:

- 'Forschungen in Augst'
bieten den Zugang zu den Forschungsergebnissen einzelner Sachgebiete (Monographien) und richten sich in primär an das Fachpublikum;

- 'Augster Museumshefte'
erläutern in einer kompakten, verständlichen Form und anhand zahlreicher Illustrationen die verschiedenen Aspekte des römischen Lebens. Sie richten sich vor allem an ein interessiertes Laienpublikum;

- 'Augster Blätter zur Römerzeit'
liefern einen kurzen Überblick zu einzelnen Sachthemen und sind sehr preisgünstig. Sie sind ideal für Eltern und als Klassensatz für Lehrkräfte.

Ziel unserer Arbeit ist es, ein wissenschaftliches Projekt mit der Publikation einer populären Schrift abzuschliessen. Zwar eignet sich nicht jedes Forschungsprojekt für eine populäre Publikation; die Erkenntnisse aus der Forschung sollten jedoch in jedem Falle weiterverarbeitet werden. Unser Augusta-Raurica-Comic, an dessen Realisierung über 20 Fachleute mitwirkten, kann hierfür als Beispiel herangezogen werden. Die beiden Bände «Prisca und Silvanus» waren mit über 25 000 verkauften Exemplaren deshalb ein Erfolg, weil sie einem Kundenbedürfnis entsprachen.

Für die Planung kommender Projekte wird das Marketinginstrument «Marktforschung» immer wichtiger. So stellten wir das Konzept für die neue Dauerausstellung im Römermuseum in vier Gruppengesprächen über 40 Lehrpersonen und rund 20 Führerinnen und Führern vor. Die Diskussionen lieferten über das eigentliche Thema hinaus Anregungen und Ideen, die für unsere weitere Arbeit von grosser Bedeutung sind. Zwar lassen sich nicht alle Visionen in naher Zukunft realisieren, doch fliesst der eine oder andere Aspekt bereits in unsere Öffentlichkeitsarbeit ein: Eine Frucht davon ist die neue halbjährlich erscheinde Publikumszeitschrift «Augusta Raurica», die vor wenigen Wochen erstmals verschickt wurde.

Ein wichtiger Vermittler unserer Arbeit sind natürlich die Medien. Auch hier ist Kundenorientierung wichtig, denn ob Zeitung, Zeitschrift, Radio oder Fernsehen, die Bedürfnisse sind jeweils unterschiedlich. Entsprechend gibt es hier kein Geheimrezept. Wichtig ist eine kontinuierliche Kontaktpflege, die nicht nur durch Pressecommuniqués erfolgen kann. Letztlich ist das persönliche Engagement von grosser Bedeutung.

Zusammenfassung

Öffentlichkeitsarbeit geht uns alle an. Die Erfahrungen in unserem Team zeigen, dass die Zusammenarbeit der Fachleute aus Archäologie, Museologie und Marketing nur dann fruchtbare Ergebnisse bringen können, wenn die Bereitschaft eines jeden einzelnen vorhanden ist, die Sichtweise des anderen miteinzubeziehen. Öffentlichkeitsarbeit ist und bleibt jedoch unterstützend, denn wenn die Hauptleistung eines Museums nicht überzeugt, kann auch die beste Öffentlichkeitsarbeit die unzufriedene Kundschaft nicht umstimmen.

Daniel Suter
Administrativer Leiter
Römerstadt Augusta Raurica
Giebenacherstrasse 17
4302 Augst

Ein Ausschnitt aus: Priska und Silvanus, Unruhige Zeiten in Augusta Raurica, Augster Museumshefte 15