Foto: Stock4B

PR wird für Schulen immer wichtiger.

Öffentlichkeitsarbeit an Schulen lohnt sich

(imi/sl). Öffentlichkeitsarbeit kostet Zeit, Geld und viel Geduld, bevor sie erste Früchte trägt. Trotzdem setzt sich auch in Schulen die Erkenntnis durch, dass in Zeiten knapper Ressourcen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wichtige Bausteine sind, um die eigene Schule gut und erfolgreich in Szene zu setzen.

Die Vorteile von Öffentlichkeitsarbeit entdecken Schulen häufig erst dann, wenn sie in ihrer Existenz bedroht sind. Mit aller Kraft ziehen Eltern, Schüler und Lehrer dann an einem Strang. Oft über Nacht wird ein Schulprofil erstellt, werden die Stärken herausgearbeitet, findet sich ein Team zusammen, das sich an die lokalen Medien wendet, werden Pressemitteilungen entworfen und Pressekonferenzen organisiert.

Aufmerksamkeit und Interesse wecken

Professionell ist so ein Vorgehen nicht. Gute Öffentlichkeitsarbeit sollte vielmehr darauf abzielen, sich über die Jahre ein vertrauensbildendes Image zu erarbeiten. Wie das geht, erfuhren zum Beispiel die Lehrerinnen und Lehrer auf einem Seminar der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) in Nordrhein-Westfalen. „Wecken Sie immer wieder Aufmerksamkeit und Interesse für Ihre Schule. Erarbeiten Sie sich ein unverwechselbares Profil. Versuchen Sie als Schule, mit positiven Themen im Gespräch zu bleiben. Wenn es dann einmal hakt, ein Drogenproblem oder ein Mobbing-Fall für Unruhe sorgt, haben Sie bereits eine gute Grundlage, um souverän und glaubwürdig zu reagieren“, erläuterte die Dozentin ihren interessierten Zuhörerinnen und Zuhörern.

Medientipp

PR für Schulen gibt Lehrkräften und Schulleitern Tipps und Tricks zur erfolgreichen Gestaltung der schuleigenen Öffentlichkeitsarbeit. Wie formuliere ich eine Pressemitteilung? Was sollte ich bei der Aufnahme eines PR-Fotos beachten? Auch Themen wie die Gestaltung der schuleigenen Internetseite, Sponsorenakquise oder Krisenmanagement werden berücksichtigt.

Anja Burkel
PR für Schulen
Grundwissen, Tipps und Tricks
104 S., kart.
Preis: 19,80 EUR
ISBN: 978-3-403-04795-7

Schule hat sich verändert. Die bekannten Stichworte heißen zurückgehende Schülerzahlen, mehr Selbstständigkeit, Budgetierung, Ganztag, Wettbewerb, regionale Bildungslandschaften, Vernetzung. Auch die Begriffe Sponsoring und Fundraising sind im schulischen Umfeld keine Fremdworte mehr. Angesichts leerer öffentlicher Kassen kommen immer mehr Schulen nicht mehr darum herum, sich nach zusätzlichen Einnahmequellen umzuschauen. Gute Öffentlichkeitsarbeit kann hier Türen öffnen.

Die beste Schule für das Kind

Der Ruf der Eltern nach der „besten Schule für mein Kind“ hat dazu geführt, dass Eltern nicht mehr ganz selbstverständlich ihr Kind an der nächstgelegenen Schule anmelden. „Dieser Automatismus greift bereits in den Grundschulen nicht mehr“, argumentiert Jan Schütte von „SCHULkommZEPT“, wenn er Schulleiter davon überzeugen möchte, in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu investieren. So wie es in Hamburg die Europaschule Gymnasium Hamm getan hat. Ruth Schütte ist dort seit einigen Jahren neben ihrer Tätigkeit als Lehrerin für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig und hat damit einen an deutschen Gymnasien eher seltenen Auftrag. Aktuell arbeitet sie an einem mehrsprachigen Flyer über die Schule, bereitet das diesjährige Lesefest vor und freut sich über die soeben abgeschlossene Neugestaltung des Internetauftritts.

„Wir führen Kinder aus 62 Nationen zum Abitur. Das ist eine Leistung, auf die wir stolz sind und die wir öffentlich machen möchten“, erklärt sie. Wie wichtig es auch für Schüler und Eltern ist, dass die Schule außerhalb der Schulmauern positiv wahrgenommen wird, zeigte ihr zuletzt ein großer Artikel im Hamburger Abendblatt. „In den Tagen danach brachten viele Kinder, aber auch Eltern den Artikel mit in die Schule und sagten zum Beispiel ‚Guck mal, unsere Schule‘ oder ‚Wir stehen in der Zeitung‘. Eine gute Resonanz in der Schulöffentlichkeit stärkt die Identifikation mit der eigenen Schule.“

Genau dies ist auch der Grund für Arik Gotthardt, Schulleiter der Schule für Körperbehinderte Hirtenweg in Hamburg, in Öffentlichkeitsarbeit zu investieren. „Als Schule für Körperbehinderte stehen wir in der Wahrnehmung der Schulöffentlichkeit ja eher im Hintergrund. Umso wichtiger ist es, dass wir immer mal wieder positiv auf uns aufmerksam machen.“ Damit das optimal gelingt, kauft er sich externen Sachverstand ein und lagert zum Beispiel die Vorbereitungen für das 50-jährige Schuljubiläum im kommenden Jahr aus. Was für manch eine Schule wie Luxus klingt, hat für Gotthardt einen professionellen Hintergrund: „Das ist eine rein wirtschaftliche Frage. Wenn ich mir vorstelle, welche Ressourcen wir als Lehrer zusätzlich bereitstellen müssen, um dann amateurhaft so etwas aufzuziehen, ist es kostengünstiger, die Arbeit in professionelle Hände zu geben.“ ‹‹

Kompakt

Schulen, die durch gute Öffentlichkeitsarbeit auf sich aufmerksam machen, profitieren in vielerlei Hinsicht von einem Wettbewerbsvorteil: Sie stärken die Schulgemeinschaft, können bei Krisen glaubwürdig und schnell reagieren und sind sowohl für Eltern als auch für Sponsoren attraktiv.

Alle Beiträge unter www.klett-themendienst.de | Presseabdruck aller Texte honorarfrei | Fotos anfragen | Beleg erbeten