

Neue Studie zur Öffentlichkeitsarbeit von Schulen

Die bundesweite Expertenstudie „Schulen im Gespräch“, durchgeführt von der Kommunikationsagentur plattform-p, Prof. Dr. Angela Ittel (Arbeitsbereich Pädagogische Psychologie, Institut für Erziehungswissenschaft der TU Berlin) und Lehrer-online, untersucht die Erfahrungen und Herausforderungen von Schulleiterinnen und Schulleitern im Bereich schulischer Öffentlichkeitsarbeit.

Die Anforderungen an die Kommunikation von Schulen mit ihrer mittelbaren und unmittelbaren Öffentlichkeit hat sich in den letzten Jahren sehr verändert: Durch strukturelle und inhaltliche Reformen der Schullandschaft ist der Wettbewerbsdruck zwischen den Schulen in allen Bundesländern deutlich gestiegen. Schulen stehen vor der Herausforderung, sich und ihre Arbeit vermehrt darstellen zu müssen, um genügend Schülerinnen und Schüler anzuwerben

Bundesweite Expertenbefragung

Um die bisherigen Erfahrungen und Erwartungen, aber auch die Lücken und den Verbesserungsbedarf im Bereich schulischer Öffentlichkeitsarbeit systematisch erfassen zu können, hat die Berliner Kommunikationsagentur plattform-p 2009 eine bislang einzigartige bundesweite Befragung von Schulleiterinnen und Schulleitern initiiert. Projektpartner bei der Studie sind Prof. Dr. Angela Ittel vom Arbeitsbereich Pädagogische Psychologie am Institut für Erziehungswissenschaft der TU Berlin und das Internetportal „Lehrer-Online“. Im Rahmen der Studie wurden über 40 Schulleiterinnen und Schulleiter verschiedener Bundesländer und unterschiedlicher Schulformen ausführlich zur Öffentlichkeitsarbeit an ihrer Schule befragt. Ziel der Studie ist die Entwicklung von Leitlinien zur Unterstützung der Kommunikationsarbeit von Schulen.

Erste Ergebnisse

Die Auswertungen der Studie zeigen, dass das Thema Öffentlichkeitsarbeit im Alltag der Schulen angekommen ist. Der überwiegende Teil der Befragten (80%) ist davon überzeugt, dass eine aktiv betriebene Öffentlichkeitsarbeit für Schulen notwendig ist. Ein typisches Zitat dazu: „Im Zuge der selbständigen Schule fallen Einzugsbereiche weg. Dann muss man sich hinstellen und sagen: Hier bin ich, das kann ich.“

Ziele schulischer Öffentlichkeitsarbeit

Zwei Drittel (63%) der befragten Schulen gaben als Ziel ihrer Öffentlichkeitsarbeit die konkrete Gewinnung neuer Schüler an. 38% der Befragten nannten als Ziel die grundsätzliche Stärkung des Images ihrer Schule. Dagegen nannten nur 19% der Schulleiterinnen und Schulleiter als Hauptziel die Gewinnung von Sponsoren. In älteren Studien aus den Jahren 2006/2007 wurde die Sponsorengewinnung noch am häufigsten genannt (vgl. Volker Dörfler (2007) Dienstleistungsbetrieb Schule), hier scheint sich Druck, den der demographische Wandel und die Umstrukturierungen der Schullandschaft auf die Schulen ausüben, bemerkbar zu machen.

Maßnahmen schulischer Öffentlichkeitsarbeit

Schulen setzen ein breites Spektrum an Maßnahmen für ihre Öffentlichkeitsarbeit ein, von Flyer und Internetseiten über Schulzeitungen und Pressemitteilungen bis hin zu Veranstaltungen kommunizieren Schulen über die verschiedensten Kanäle. Ein Internetauftritt ist inzwischen zum Standard geworden, alle befragten Schulen sind im Internet zu finden und 88% der befragten Schulen nutzen ihre Internetseiten regelmäßig für die Außenkommunikation. Die zweitbeliebteste Maßnahme ist der Infoflyer, den 75% der Schulen regelmäßig einsetzen. Des Weiteren werden von über der Hälfte der befragten Schulen regelmäßig Informationen über Artikel in lokalen Zeitungen (65%) oder Pressemitteilungen (55%) nach außen getragen.

Probleme schulischer Öffentlichkeitsarbeit

Die Wahl der Maßnahmen erfolgt beim überwiegenden Teil der Schulen eher zufällig: Die meisten Schulen (85%) entwickeln – bedingt durch die schwierige Ressourcenlage – keine Strategie für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Die Kommunikation erfolgt oft ungeplant und eher zufällig, abhängig von persönlichen Kontakten und sich ergebenden Möglichkeiten. Ein typisches Zitat dazu:

„Öffentlichkeitsarbeit ist bei uns leider so eine sporadische Hauruck-Aktion. Mal machen wir was, dann

ist wieder völlige Ruhe und dann passiert wieder irgendwas.“ Nur 10% der befragten Schulen evaluieren ihre Öffentlichkeitsarbeit, so bleibt offen, ob die angestrebten Ziele erreicht wurden und wie die vorhandenen Ressourcen am besten eingesetzt werden können.

Der Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist für die meisten Schulleiterinnen und Schulleiter Neuland, sie agieren als Autodidakten und ohne fachliche Unterstützung. Nur wenige (20%) haben eine entsprechende Vor- oder Weiterbildung, meist kann allein aus zeitlichen Gründen keine Weiterbildung in Anspruch genommen werden. Im Alltag entsteht so, zusammen mit personellen und finanziellen Engpässen, oft ein Gefühl der Überforderung.

Unterschied zwischen öffentlichen und privaten Schulen

Nur an 20% der befragten öffentlichen Schulen hat die Schulleiterin oder der Schulleiter eine regelmäßige Unterstützung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, etwa durch eine ständige Arbeitsgruppe. Meist bleibt die Verantwortung ungeteilt und alle Maßnahmen werden von der Schulleitung größtenteils alleine geplant und umgesetzt. Einzig im Bereich Internet gibt es Hilfe: An zwei Drittel der Schulen kümmert sich zusätzlich eine Kollegin oder ein Kollege um die Betreuung der Internetseiten. Für die Umsetzung von größeren Maßnahmen, wie etwa einem Tag der offenen Tür, finden sich in allen Schulen immer wieder engagierte Pädagogen, die in ihrer Freizeit Zusatzarbeit leisten. Was fehlt ist eine regelmäßige Unterstützung als Basis für eine strategische Öffentlichkeitsarbeit. Ganz anders zeigt sich die Situation an den privaten Schulen: An allen befragten Schulen werden zentrale Aufgaben aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit an ständige Mitarbeiter, teilweise fachlich spezialisierte Kräfte, delegiert.

Beratungsangebot für Schulen

Schulische Öffentlichkeitsarbeit ist für die meisten Befragten (80%) sehr eng mit dem pädagogischen Konzept verknüpft. Das bedeutet für sie auch, dass Öffentlichkeitsarbeit im Schulhaus angesiedelt und die Verantwortlichen ein Teil der Schulfamilie sein sollten.

Ziel der Studie war es, passende Unterstützungsangebote für Schulen entwickeln zu können. Auf Grundlage der Studienergebnisse hat plattform-p Anfang 2010 die Initiative „*Schulen ins Gespräch! - Kommunikationsberatung für Schulen*“ gegründet. Gemäß des Wunsches nach einer individuellen, hausinternen Öffentlichkeitsarbeit steht das Beratungsangebot für Schulen unter dem Motto „Hilfe zur Selbsthilfe“. Ziel ist es die Verantwortlichen dabei zu unterstützen, ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln, das zur Schule passt und den vorhandenen Ressourcen entspricht. In moderierten Workshops vor Ort werden bisherige Erfahrungen analysiert, Zielvorstellungen erarbeitet und eine neue, tragfähige Strategie entwickelt. Damit die Schule in Zukunft die vorhandenen Ressourcen optimal einsetzen kann und Öffentlichkeitsarbeit keine zusätzliche Belastung ist, sondern eine Möglichkeit, die positive Arbeit der Schule angemessen darzustellen.

Redaktionelle Hinweise:

Prof. Dr. Angela Ittel hat eine Professur für Pädagogische Psychologie, Institut für Erziehungswissenschaft, an der Technische Universität Berlin. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind: Professionalität von Lehrpersonen, Geschlechtsspezifische Entwicklung, Migration und Bildung und die Bedingungen des Lernens

Plattform-p ist eine Berliner Agentur, die seit mehreren Jahren im Bildungsbereich an der Schnittstelle zwischen pädagogischen Konzepten und Kommunikation arbeitet. Plattform-p entwickelt und realisiert pädagogische Materialien und Projekte, kommuniziert Bildungsprojekte an die Öffentlichkeit und Schulen und bietet unterstützende Kommunikationsberatung für Schulen an.

Lehrer-online: Die lo-net GmbH ist seit 2008 die Betreibergesellschaft von Lehrer-Online, lo-net² und Primolo und entwickelt fortlaufend Angebote für die schulische Bildung. Durch die kostenfreie Bereitstellung von Online-Werkzeugen und -Inhalten unterstützt die lo-net GmbH den Schulsektor bei der Nutzung digitaler Medien.

Links:

www.plattform-p.de

www.lehrer-online.de

www.ewi.tu-berlin.de/menue/institutsangehoerige/professorinnen/ittel_angela/?showp=10&uid=236267#236267

Pressekontakt:

Angela Ittel, Franklinstr. 28/29, 10587 Berlin. Tel: +493031473209, email: angela.ittel@tu-berlin.de