

Öffentlichkeitsarbeit „saisontauglich“ gestalten

JAN SCHÜTTE

Pressemeldungen wie die folgende sind an der Tagesordnung: „Am kommenden Freitag feiert die Pestalozzi-Schule zwischen 15 und 18 Uhr ihr jährliches Sommerfest. Für das leibliche Wohl ist gesorgt.“ Nicht unbedingt eine originelle Idee, aber eben wichtiges „Saisongeschäft“ für Schulen – genau wie Einschulung, Tag der offenen Tür, Projektwoche oder Weihnachtsfeier. Doch saisonal ausgerichtete Aktionen können noch mehr sein. Die dazugehörige Öffentlichkeitsarbeit hilft, interessante Schlaglichter auf die eigene Schule zu setzen und die Kommunikation mit den Bezugsgruppen aus dem gewohnten Trott zu holen.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Was ist saisonale Öffentlichkeitsarbeit?
- 2 Potenziale nutzen
- 3 Anlässe und Aufhänger
- 4 Adressaten
- 5 Ausgewählte Beispiele
- 6 Auffallen um jeden Preis?

1 Was ist saisonale Öffentlichkeitsarbeit?

Eines gleich vorweg: Öffentlichkeitsarbeit hat immer Saison. Insofern könnte dieser Beitrag hier enden. Dass er es nicht tut, liegt daran, dass Öffentlichkeitsarbeit nicht ohne relevante Themen und interessante Anlässe funktioniert. Und davon gibt es in der Schule mehr als genug, unterrichtlich wie außerunterrichtlich, für die Schulgemeinschaft oder außerhalb. Doch was meint eigentlich der Begriff Saison genau? Das aus dem Französischen stammende Wort Saison heißt übersetzt nichts anderes als Jahreszeit, meint aber im täglichen Sprachgebrauch mehr als Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Es steht vielmehr für in einem thematischen Kontext stehende Zeitabschnitte. Während die Modebranche ihre Neuheiten exakt im Rhythmus der Jahreszeiten präsentiert, wissen Touristen zwischen Haupt- und Nebensaison zu unterscheiden, Fußball-Fans blühen in der Bundesligasaison auf und Kulturfreunde fiebern Opern- oder Film-Festivals entgegen. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, z. B. um die Saisons für Karneval, Erdbeeren, Skilaufen, Apfelernte, Allergien oder Motorradfahren. Kurzum: Ein Jahr bietet viele saisonale Fixpunkte, allemal in der Schule: Die Struktur eines

Schuljahres besteht aus zahlreichen Ereignissen und Phasen, die Aufhänger für interne und externe Öffentlichkeitsarbeit bieten, man denke nur an die allerorten zu Jahresanfang veranstalteten Tage der offenen Tür. Nicht zuletzt aus Gründen der Ressourcenökonomie gilt es, den Blick für bereits bestehende Anlässe zu schärfen und erst in zweiter Linie darum, neue Aktionen aus der Taufe zu heben. Neben dem passenden Zeitpunkt spielt die Dramaturgie eine wichtige Rolle, schließlich geht es auch darum, eine Aktion oder ein Thema so zu kommunizieren, dass für die avisierte Bezugsgruppe die Spannung aufgebaut und gehalten wird. In dieser Kombination entsteht eine Stimmigkeit der – um im Bilde zu bleiben – saisonalen Inszenierung.

Dabei führt saisonale Öffentlichkeitsarbeit kein Eigenleben. Sie sollte abgestimmter und authentischer Bestandteil der gesamten schulischen Kommunikation sein. Die wichtigste Strukturierung gibt das Schuljahr selbst vor. Der Blick auf die Jahresplanung verrät relativ schnell, ob Lücken im Kalender bestehen, die geschlossen werden können bzw. müssen. Saisonale Öffentlichkeitsarbeit erfüllt somit wichtige ergänzende Funktionen. Sie

- strukturiert das Schuljahr und verschafft den Adressaten Orientierung
- sorgt mit besonderen Aktionen für „Farbtupfer“ und Aufmerksamkeit
- knüpft auch kurzfristig an aktuelle Themen an

Saisonal ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit bezieht auch konsequent die Beobachtung der Medien und ihre Berichterstattung sowie den Veranstaltungskalender im Stadtteil oder in der Gemeinde ein. Wann ist der richtige Zeitpunkt für eine Aktion? Warum nicht mal die Eltern zu einem von

Schülern im Rahmen eines Kochprojekts zubereiteten Spargelessen im Mai einladen? Auch ein Neujahrsbegrüßungsfest statt einer Weihnachtsfeier kann eine willkommene Abwechslung sein.

Ergo: Saisonale Öffentlichkeitsarbeit nimmt konsequent „saisontaugliche“ Themen in den Blick. Sind diese identifiziert, werden sie mit den bereits existierenden Maßnahmen (z. B. Website) und Methoden (z. B. Pressearbeit) der schulischen Öffentlichkeitsarbeit kommuniziert. Für den Fall, dass diese ihre Bezugsgruppe(n) nicht erreichen, müssen andere „Kanäle“ genutzt werden.

2 Potenziale nutzen

Schon Goethe dichtete: „Alles zu seiner Zeit“. Diese Weisheit mag auch für saisonale Öffentlichkeitsarbeit zutreffen, geht es doch im Kern darum, das Richtige zur richtigen Zeit zu tun. Prominente Beispiele hierfür gibt es genug: Ob der Sonnencremetest der Stiftung Warentest oder der ADAC-Report über die Qualität der Badegewässer in Urlaubsregionen – das medial zugkräftige Zusammenspiel von Jahreszeit, Thema und Glaubwürdigkeit sorgt für Stimmigkeit. Verbraucher sind in diesen Phasen besonders aufmerksam für derartige Informationen. Was können Schulen daraus lernen? Auch sie sollten zum passenden Zeitpunkt ihre Angebote und Leistungen mit den Mitteln und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit kommunizieren, sollten das transportieren, was die eigenen Bezugsgruppen berührt und betrifft – intern wie extern. Doch selbst regelmäßige und qualitativ gute Öffentlichkeitsarbeit kann nicht leisten, dass Informationen und Botschaften auch immer wie intendiert ankommen. Eine durch und durch mediatisierte Gesellschaft erzeugt und konsumiert in hoher Frequenz – beschleunigt durch das Internet – Nachrichten und Dialoge. Wer sich Gehör verschaffen will, muss immer wieder Akzente setzen, Interesse wecken, Mehrwert bieten. Kaum ein Unternehmen, das nicht um das hohe Gut der Aufmerksamkeit seiner bestehenden oder potenziellen Kunden kämpft. Auch für Schulen hängt inzwischen viel vom Bekanntheitsgrad und vom Vertrauen in die Qualität ihrer pädagogischen Arbeit ab. Und die ist nicht immer selbsterklärend, hier muss Öffentlichkeitsarbeit vermitteln, übersetzen, überzeugen – dialogisch und transparent.

Saisonal ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit macht sich der erhöhten Aufmerksamkeit für Themen und ihre damit verbundenen Assoziationen zu bestimmten Phasen oder Zeitpunkten zunutze.

Sie erinnert, schafft Wiedererkennung oder lädt bekannte Themen neu auf. Es ist ein wenig wie im Theater: Saisonale Öffentlichkeitsarbeit richtet den Scheinwerfer auf einen bestimmten Teil der schulischen Bühne. Wenn das Publikum die Inszenierung beklatscht, das Stück weiterempfiehlt und freudig die nächste Aufführung erwartet, hat sie einen wichtigen Zweck erfüllt.

3 Anlässe und Aufhänger

In jeder Schule gibt es zuhauf saisonale Anlässe, etwas zu veranstalten. Die besondere Note aber entsteht immer erst durch einen Aufhänger, einen speziellen Aspekt, der einer Aktion die „Würze“ verleiht. Diesen zu finden, ist nicht immer leicht, doch lohnend. Die Impulse können Schulen aus verschiedenen Richtungen beziehen:

- dem schulischen Jahreskalender
- dem schulischen Umfeld in Stadtteil oder Kommune
- den Aktivitäten anderer Schulen oder Organisationen
- nationalen oder internationalen Aktions- oder Gedenktagen

Zunächst gilt der Blick den eigenen Aktivitäten. Sind diese bereits Gegenstand von Öffentlichkeitsarbeit oder schlummern sie eher im Verborgenen? Oft reichen wenige Schritte, um bereits laufende Projekte einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, z. B. der Hinweis auf eine Projektwoche zu einem interessanten Thema mit anschließender Ausstellung an die örtliche Presse.

Eine andere Ebene sind Veranstaltungen im schulischen Umfeld von Stadtteil oder Kommune. Welche interessanten Möglichkeiten bestehen, hier anzudocken und sich im Verbund mit anderen zu präsentieren? Ein Sommerfest der Gemeinde bietet möglicherweise ein gutes Forum, um sich als Schule mit einem passenden Ausschnitt zu zeigen.

Des Weiteren bieten die fast unzähligen nationalen und internationalen Gedenk- oder Aktionstage (siehe Liste am Ende des Beitrags) einen Rahmen, den man öffentlichkeitswirksam mit Leben füllen kann. Und wer nicht, wie durchaus naheliegend, dem Mainstream zum Welttag des Buches am 23. April folgen will, findet reichlich Alternativen: Warum nicht am 15. Mai, dem Internationalen Tag der Familie, ein

Schulfest veranstalten, angereichert durch eine „Generationen-Galerie“ der Schüler/-innen? Und mit etwas Phantasie ließen sich auch der Internationale Linkshändertag oder der Deutsche Kopfschmerztag mit pfiffigen Unterrichtsprojekten in Szene setzen.

Bei saisonaler Öffentlichkeitsarbeit spielt auch die Presse eine wichtige Rolle. So sollte die relevante Medienlandschaft auf interessante Themen oder Schwerpunkte hin überprüft werden. Welche Beilage oder redaktionellen Schwerpunkte plant beispielsweise die Lokalzeitung in nächster Zeit? Vielleicht passt ja eines der eh gerade im Unterricht einer Klassenstufe behandelten Themen oder Projekte dazu. Womöglich kann auch der Schulleiter seine Kompetenz in Sachen Zensuren und Zeugnisse in ein redaktionelles „Sorgentelefon“ kurz vor den großen Ferien einbringen. Es gibt zwar keine wirkliche Saure-Gurken-Zeit mehr in der Presse, aber doch Phasen, in denen das Angebot an Veranstaltungen und Themen entweder dünner ausfällt oder aber besondere Bezugspunkte bietet.

Aus welchen Quellen auch immer sich die Öffentlichkeitsarbeit speist. Ein guter saisonaler Aufhänger ist das A und O. Den zu finden, erfordert Zeit, Weitblick sowie Mut – nicht nur zu Neuem, sondern auch zu Bekanntem. Oftmals gibt es in Schulen viel mehr „saisontaugliche“ Aktivitäten als gedacht. Diese „Schätze“ gilt es zu heben und in Abhängigkeit von den damit verbundenen Zielsetzungen mit Öffentlichkeitsarbeit in ein neues Licht zu setzen. Aufhänger lassen sich zu verschiedenen saisonalen Anlässen finden:

Schulisch:

- Tage der offenen Tür
- Konzerte
- Schulfeste
- Jubiläumsfeiern
- Sportfeste
- Einschulung
- Abschlussbälle
- Entlassungsfeiern
- Weihnachtsfeiern
- Alumni-Treffen
- Gottesdienste
- Informationsabende
- Konferenzen

- Fortbildungen
- Jahrestage
- Wettbewerbe
- Aktionswochen
- Projektwochen
- Kennenlerntage (für neue Schüler)
- Renovierungsaktionen
- Schulgartentage
- Wohltätigkeitsaktionen
- Theateraufführungen
- Neujahrsfeste
- Oster-/Pfingstfeste
- Flohmärkte
- Fasching/Karneval
- Halloween

Außerschulisch:

- Messen
- Stadtteilstädte
- Diskussionsveranstaltungen
- Berufsorientierungs-Börsen
- Kooperationspartner-Aktionen

Sicher gibt es daneben auch noch Themen der Schulentwicklung oder des Unterrichts, die zu bestimmten Zeiten im Jahr Saison haben. Dabei muss es nicht immer die große Veranstaltung sein. Es reicht auch eine interessante Pressemitteilung oder eine innerhalb der Schulgemeinschaft platzierte Information, um den Fokus auf ein saisonal relevantes Projekt oder Thema zu lenken.

Tipp

- Das Rad jedes Mal neu zu erfinden, ist weder sinnvoll noch möglich. Daher bieten auch traditionelle saisonale Anlässe einen guten Rahmen – und bergen Potenzial für pfiffige Aufhänger. Auch ein Blick in die schulische Historie kann manch interessante Episode zutage fördern, die sich mit einer saisonalen Aktion verknüpfen lässt.

4 Adressaten

Öffentlichkeitsarbeit verläuft nicht nur zielgerichtet, sondern auch adressatenorientiert. Wer diese beiden Grundsätze verinnerlicht, wird auch die treffenden Ideen für saisonale Öffentlichkeitsarbeit finden. Eine festliche Aktion für die Schulgemeinschaft hat einen anderen Charakter als die Präsentation eines Projekts für die örtliche Presse. Wieder anders verhält es sich mit dem Tag der offenen Tür zur Gewinnung neuer Schülerinnen und Schüler. Ganz gleich, welche Bezugsgruppe man mit einer Aktion adressiert, immer sollte die Frage im Vordergrund stehen, ob und wie man deren Nerv trifft – und das zur rechten Zeit. Neben externen Bezugsgruppen wie Presse, Nachbarschaft oder Wirtschaftsunternehmen gilt dies auch für die internen. Ein herbstlicher Eltern-Informationsabend zum Thema Medienkompetenz kann genau zur richtigen Zeit kommen, wo die Kinder und Jugendlichen wieder vermehrt vor ihren Computern sitzen.

Saisonal können auch Networking und Lobbyarbeit betrachtet werden. Ein Beispiel: Die Tatsache, dass Schulen ihre Lehrkräfte zunehmend selbst rekrutieren können, erfordert Öffentlichkeitsarbeit zum passenden Zeitpunkt. Wann also ist die beste Phase, um sich aktiv auf die Suche nach potenziellen Bewerbern zu machen – und über welchen Weg? Ist es die Zeitungsanzeige in einer Sonderveröffentlichung, die Ausschreibung im Intranet, die Präsenz bei einer Fortbildungsveranstaltung mit jungen Referendaren? Oder doch die Kommunikation über die schulische Facebook-Seite – schließlich bewegen sich hier insbesondere jüngere Menschen gern und viel.

Tipp

- Verschaffen Sie sich einen Überblick, welche Themen für bestimmte Personengruppen interessant sein könnten und welche zeitlichen Phasen im Jahr günstig sind, um diese zu erreichen. Prüfen Sie auch, ob Ihre Schule alle relevanten Bezugsgruppen über das Schuljahr hinweg in die Kommunikation einbezieht. Zudem ist wichtig, über welchen „Kanal“ die jeweiligen Adressaten am besten erreicht und für Aktionen mobilisiert werden können.

5 Ausgewählte Beispiele

Der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt, wenn es um saisonale Öffentlichkeitsarbeit in der Schule geht. Nachfolgend ein paar Beispiele, die unterschiedliche interne und externe Adressaten ansprechen. Sie verdeutlichen auch, dass der Saisonbegriff durchaus vielseitig ist.

Sommer-Biathlon

Die Berufsbildende Schule Kusel in Rheinland-Pfalz veranstaltete einen Sommer-Biathlon in Verbindung mit einer Podiumsdiskussion zum Thema „Chancen und Risiken der Globalisierung“ im Rahmen der Projektstage. Die 16 angetretenen Mannschaften zahlten ihr Startgeld als Spende für den von der Welthungerhilfe geförderten Schulbau in Kamwambi, Ruanda, ein – insgesamt kamen 4.000 Euro zusammen.

Grillfest für neue 5. Klassen

Das Hamburger Gymnasium Hamm lädt zukünftige Schüler/-innen der 5. Klassen und ihre Eltern zu einem gemeinsamen Grillfest vor den Sommerferien ein. So können bereits erste Kontakte geknüpft und die Aufregung vor dem Schulwechsel reduziert werden.

Nikolausturnier

Traditionell am Nikolaustag veranstaltet das Hamburger Gymnasium Blankenese ein Fußballturnier mit den eigenen Fünftklässlern und Viertklässlern der umliegenden Grundschulen. So pflegt die Schule den Kontakt zu den anderen Standorten, und die Grundschüler haben Gelegenheit, schon einmal ihre vielleicht neue Schule kennenzulernen.

Verlosung

Die Schule für Körperbehinderte Hirtenweg in Hamburg hat im Herbst 2010 die Verlosungsaktion „Wunsch.Los.Glücklich“ initiiert. Dabei stiftete eine bekannte Malerin eines ihrer Kunstwerke („Herbststrauß auf Glastisch“). Die Einnahmen aus dem Verkauf von insgesamt 450 Losen – u. a. in einem Einkaufszentrum – kamen dem Schulprojekt Therapeutisches Reiten zugute. Unter allen Teilnehmern wurde abschließend das Bild verlost.

Wettbewerbe

An der Berliner Heinz-Brandt-Schule haben die Verantwortlichen in den vergangenen Jahren kon-

sequent ihre schulischen Aktivitäten innerhalb und außerhalb des Unterrichts im Rahmen von Wettbewerben kommuniziert. Mit Erfolg: Die Schule wurde Landessieger „Starke Schule“ der Hertie-Stiftung und kam in die Endrunde beim Deutschen Schulpreis.

Weihnachtskarte

Das Gymnasium Allee in Hamburg verschickt jährlich selbst produzierte Weihnachtskarten an Partner und Freunde der Schule. Die Motive entstehen aus der künstlerischen Feder des Schulleiters persönlich, der Druck erfolgt von Schüler/-innen auf einer hauseigenen Druckmaschine.

Blick ins Ausland

Wer weitere Anregungen sucht, findet auch im Ausland Inspiration. In den USA pflegen Schulen eine ausgeprägte Kultur von „seasonal events“. Die Abernathy Elementary School in Portland/Oregon beispielsweise veranstaltet im Herbst neben einem „Open House Picnic“ und einen „Fall Book Fair“ (Herbst-Büchermarkt) immer auch einen „Grandparents and Special Funds Day“; im Frühjahr lädt die Schule zu „Action for adults“ ein, einem Fundraising-Event samt Auktion.

6 Auffallen um jeden Preis?

Keine Frage: Man könnte wöchentlich Anlässe finden, um als Schule öffentlichkeitswirksam in Erscheinung zu treten. Doch dass diese alle mit den begrenzten Ressourcen umzusetzen sind, ist unwahrscheinlich. Von Aktionismus und einem Auf-

fallen wollen um jeden Preis ist eh abzuraten. Es gilt wie grundsätzlich in der Öffentlichkeitsarbeit, auch bei saisonalen Vorhaben die damit verbundenen Ziele zu definieren. Die angesprochenen Bezugsgruppen sollten die Aktionen als glaubwürdig und authentisch empfinden. Hier gilt: Weniger ist mehr. Lieber Kreativität, Energie und Sorgfalt auf bestimmte Projekte legen als um ihrer selbst willen beliebig saisonale Veranstaltungen aneinanderzureihen.

Tipp

- Planen Sie saisonale Aktionen und die damit verbundene Öffentlichkeitsarbeit integriert. Das bedeutet, dass der schulische Terminplan und die Maßnahmen der internen und externen Kommunikation aufeinander abgestimmt sein sollten. Erst die Gesamtschau ermöglicht eine systematische Planung und Steuerung der Arbeitsabläufe. Beteiligen Sie vor allem in der Phase der Ideensammlung eine möglichst breite Basis der Schulgemeinschaft. Insbesondere Lehrkräfte haben curriculumsbedingt die größte Nähe zu saisonalen Themen. Je mehr Zustimmung eine Aktion intern erfährt, je mehr Identifikation und Motivation herrschen, umso besser kann sie gelingen.

Jan Schütte

Der Autor arbeitet als selbstständiger PR-Berater und -Trainer in Hamburg und ist Mitherausgeber des Handbuchs „Öffentlichkeitsarbeit macht Schule“.

www.schulkommzept.de


Arbeitshilfe 13 11 01: Nationale und Internationale Gedenk- oder Aktionstage

Jan Schütte, Öffentlichkeitsarbeit „saisontauglich“ gestalten, 13.11

Nationale und Internationale Gedenk- oder Aktionstage

27. Januar	Internationaler Tag des Gedenkens an die Opfer des Holocaust	26. Juni	Internationaler Tag gegen Drogenmissbrauch und unerlaubten Suchtstoffverkehr
20. Februar	Welttag der sozialen Gerechtigkeit	11. Juli	Weltbevölkerungstag
21. Februar	Internationaler Tag der Muttersprache	12. August	Internationaler Tag der Jugend
7. März	Tag der gesunden Ernährung	8. September	Weltalphabetisierungstag
8. März	Internationaler Tag der Frau	15. September	Internationaler Tag der Demokratie
15. März	Tag der Rückengesundheit	21. September	Internationaler Friedenstag
21. März	Internationaler Tag zur Beseitigung der Rassendiskriminierung	21. September	Welt-Alzheimer-Tag
21. März	Welttag der Poesie	27. September	Welttourismustag
22. März	Weltwassertag	30. September	Tag des Übersetzens
2. April	Welttag der Aufklärung über Autismus	Letzter Freitag im September	Tag des Kaffees
7. April	Weltgesundheitstag	1. Oktober	Internationaler Tag der älteren Menschen
23. April	Welttag des Buches und des Urheberrechts	2. Oktober	Internationaler Tag der Gewaltlosigkeit
26. April	Welttag des geistigen Eigentums	5. Oktober	Internationaler Tag des Lehrers
3. Mai	Welttag der Pressefreiheit	10. Oktober	Welttag der geistigen Gesundheit
8. Mai	Tage des Gedenkens und der Versöhnung für die Opfer des Zweiten Weltkrieges	16. Oktober	Welternährungstag
8. Mai	Weltrotkreuztag	17. Oktober	Internationaler Tag für die Beseitigung der Armut
9. Mai	Europatag der Europäischen Union	24. Oktober	Tag der Vereinten Nationen
15. Mai	Internationaler Tag der Familie	24. Oktober	Tag der Bibliotheken
17. Mai	Weltfernmeldetag und Welttag der Informationsgesellschaft	14. November	Weltdiabetestag
21. Mai	Welttag der kulturellen Vielfalt für Dialog und Entwicklung	16. November	Internationaler Tag der Toleranz
31. Mai	Weltnichtrauchertag	20. November	Weltkindertag
5. Juni	Weltumwelttag	26. November	Vorlesetag
14. Juni	Weltblutspendetag	1. Dezember	Welt-AIDS-Tag
20. Juni	Weltflüchtlingstag	3. Dezember	Internationaler Tag der Menschen mit Behinderungen
21. Juni	Tag des Schlafes	10. Dezember	Tag der Menschenrechte
23. Juni	Tag des öffentlichen Dienstes	18. Dezember	Internationaler Tag der Migranten
		20. Dezember	Internationaler Tag der menschlichen Solidarität

 Quellen: www.feiertagskalender.ch, www.wikipedia.de