

Wenn es mal wieder schnell gehen muss – und warum Öffentlichkeitsarbeit auch „Aufräumarbeit“ ist

JAN SCHÜTTE

Langfristige Konzepte sind wichtig für eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit. Doch der Schulalltag lässt nicht immer zu, mit Weitblick zu planen oder vorhandene Pläne exakt umzusetzen. Oft genug müssen Verantwortliche „mal eben“ eine Maßnahme umsetzen: den schnellen Flyer für den Infoabend, die spontane Presseinformation, die eilig gestaltete Projektbeschreibung auf der Website. Wenn solche „Kurzeinsätze“ über ihren eigentlichen Zweck hinaus einen Sinn erfüllen sollen, dann den: aus der Not eine Tugend machen. Sowohl aus gelungenen als auch misslungenen Aktionen lässt sich lernen. Dieser Beitrag skizziert Möglichkeiten, dem Zeitstress in der Öffentlichkeitsarbeit zu begegnen.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Wo war nochmal ...?
- 2 Der Fehler als „Freund“
- 3 „Et hät noch immer jot jeje!“
- 4 Spontaneität will gut überlegt sein

1 Wo war nochmal ...?

Der Tag der offenen Tür steht bevor, schon wieder ist ein Jahr herum. Und wieder muss unter Zeitdruck alles Mögliche dafür organisiert werden – auch die Öffentlichkeitsarbeit: eine Presseinformation verfassen und versenden, die Ankündigung auf die Website stellen, Stellwände für die Aula gestalten, Informationen für die Besucher zusammenstellen, den Schaukasten dekorieren, Namensschilder für Lehrkräfte herstellen ... Die Liste ist lang und die Zeit zur Vorbereitung in aller Regel kurz. Wenngleich die Erinnerung ans letzte Jahr noch gut ist und vieles positiv gelaufen ist: Ausgerechnet die Kollegin, die damals besonders aktiv war, ist inzwischen nicht mehr an der Schule. Mit ihr weg sind auch die Planungsunterlagen und Checklisten. Dabei bahnte sich deren Weggang längerfristig an, einzig eine zeitige Übergabe fiel der allgemeinen Hektik zum Opfer. Geblieben sind Fragezeichen: Wann muss der Flyer überarbeitet werden und beim Drucker sein? Wo sind die Blanko-Plakate? Und die Dateivorlage für die Einsatzpläne der Kollegen am Tag der offenen Tür? Wo ist das digitale Formular für die Presseinformation und – ach ja – wo eigentlich „schlummert“ der Verteiler?

So oder ähnlich kann es schon mal zugehen im Schulalltag zwischen vielen Projekten, Organisation

und Koordination rund um das eigentliche Kerngeschäft Unterricht. Angesichts zahlreicher schulpolitischer Reformen, spezifischen Schulentwicklungsaufgaben und der damit einhergehenden Arbeitsverdichtung für jeden Einzelnen dürfte sich daran auch in Zukunft wenig ändern. Motto: Das einzig Beständige ist der Wandel. Daher liegt ein Schlüssel für eine effiziente Öffentlichkeitsarbeit in guter Organisation. Mit klaren Verantwortlichkeiten, eindeutigen Absprachen und schnellem Zugriff auf die wichtigsten Informationen, Daten und Materialien lässt sich unter Zeitdruck gezielt und wirkungsvoll handeln. Wollte man der Situation etwas Positives abgewinnen, dann wohl dies: Jede „Hauruckaktion“ bietet Verantwortlichen auch die Chance, daraus für den nächsten Anlass zu lernen. Oftmals bedarf es keines großen Aufwandes, sich für zukünftige Aufgaben wirksam zu präparieren – sofern denn direkt im Anschluss eine Auswertung mit allen Beteiligten erfolgt und die Manöverkritik in direkten Verbesserungen mündet.

2 Der Fehler als „Freund“

Im schulischen Alltag laufen viele Akteure im wahrsten Sinne des Wortes aneinander vorbei. Das Lehrerzimmer ist oft nur Ort für kurze Pausen und Drehscheibe für Lehrkräfte auf dem Weg in die nächste Klasse. Im Flur ein kurzer Austausch mit dem Kollegen, neues Unterrichtsmaterial unter den Arm und weiter. Konzentriertes und überdies gemeinschaftliches Arbeiten ist in einem solchen Umfeld kaum möglich. Individuelle Arbeitsplätze oder Büros sind vielerorts fehlangeige, werden erst im Zuge der Ganztagsschulentwicklung zaghaft Realität. Keine Frage, dass sich diese Rahmenbedin-

gungen auch auf die schulische Öffentlichkeitsarbeit auswirken. Hier kommen gleich mehrere Faktoren zum Tragen, die eine kontinuierliche und systematische Arbeit zwischen Pausengong und Kopierer erschweren. So sehr man dies beklagen mag und auch für manche „Panne“ entschuldigend heranzieht, für die Sache ist es wenig hilfreich. Stattdessen sollten Akteure bei Projekten mehr Energie auf die konkrete Ursachenforschung verwenden. Auf den Tag der offenen Tür bezogen könnte dies beispielsweise bedeuten: Woran lag es, dass er sich nicht in der Presse niedergeschlagen hat? Warum wurde der Schulflyer so spät gedruckt und das leider mit zahlreichen inhaltlichen Fehlern? Wie konnte die akribisch erfasste Checkliste für die Veranstaltung im „Nirwana“ des Sekretariats-PC verschwinden? Auch wichtig: Fehlte es bei der Umsetzung einer Aufgabe an Fachwissen oder Zeit? Oder an Absprachen bzw. klar geregelten Verantwortlichkeiten? Diesen Fragen auf den Grund zu gehen, ist Aufgabe der Schulleitung bzw. der für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlichen Steuergruppe oder Lehrkraft. Allerdings: Dabei geht es nicht um die Suche nach „Schuldigen“, sondern einzig darum, zukünftig eine Umsetzung auf den letzten Drücker zu vermeiden oder denselben Fehler nicht erneut zu machen. Sachlich aufgearbeitet und produktiv gewendet wird der Fehler so zum „Freund“. Insbesondere das eingangs beschriebene „Aneinander-Vorbeilaufen“ verpflichtet die Schulen zu erhöhter Disziplin in Fragen arbeitsteiliger Prozesse. Vergessen sei auch nicht: Öffentlichkeitsarbeit als Querschnittsdisziplin erobert erst langsam ihren Platz im schulischen Arbeitsalltag und ist nie ausreichend personell und finanziell ressourciert. Insofern ist immer mit dem Mangel zu leben, jedoch: Wer die knappen Mittel an der richtigen Stelle einsetzt, kann umso mehr profitieren.

3 „Et hät noch immer jot jejange!“

Natürlich kann man mit der Haltung durchs Leben kommen, dass sich die Dinge meistens irgendwie positiv fügen. Und manch einer läuft erst unter Zeitdruck zu Höchstform auf, im Vertrauen auf die Mobilisierung letzter Reserven, wenn der „Nervenkitzel“ nur hoch genug ist. Solche Menschen in zu enge Planungskorsetts zu zwängen, führt eher dazu, dass sie schlechte Arbeitsergebnisse liefern. Auch Teams können in Stresssituationen über sich hinauswachsen. Für den Zusammenhalt der Gruppe und die Identifikation mit der Öffentlichkeitsarbeit

bergen Ad-hoc-Projekte durchaus positives Potenzial. Sie spiegeln den Akteuren im Erfolgsfall ihr Können und sie strahlen auf das Kollegium ab im Sinne von: „Seht her, was möglich ist!“.

Doch individuelle Freiräume stoßen dort an ihre Grenzen, wo gemeinschaftliche bzw. schulische Interessen beeinträchtigt sind. Das Prinzip „last minute“ kommt in der Öffentlichkeitsarbeit – für viele Schulen inzwischen existenziell wichtig – an deutliche Grenzen. Eine zu spät oder an den falschen Adressaten versendete Presseinformation landet im redaktionellen „Off“, aber selten im Blatt. Die lange Suche nach der Datei mit dem aktuellen Schullogo nervt nicht nur den verantwortlichen Kollegen, sondern kann auch den rechtzeitigen Druck des Flyers verzögern. Die zu spät eingeholte Erlaubnis zur Verwendung von Schülerfotos lässt die Stellwand in der Aula verblassen ... Arbeiten unter großem Zeitdruck infolge unklarer Abläufe oder fehlender Arbeitsgrundlagen dürfte sich zumeist als Fehlerquelle erweisen, nur selten aber als Quell der Inspiration. Besonders drastisch kann dieser Umstand in Krisenfällen werden, wenn zum Beispiel die Presse unangekündigt auf dem Schulhof steht.

Auch das Betriebsklima leidet unter Zeitdruck oder ungeklärten Abläufen. Kollegen, deren Vorarbeit für den Papierkorb war oder die aufgrund von Versäumnissen an anderer Stelle Mehrarbeit leisten müssen, sind selten erfreut. Ihre berechnete Frage: „Warum halte ich mich an Vorgaben, wenn Kollege xy dies nicht tut?“ Hier gilt es im Sinne aller – insbesondere nach missglückten Projekten – Verabredungen zu treffen und Strukturen zu schaffen, die einen ökonomischen Ressourceneinsatz in der Öffentlichkeitsarbeit gewährleisten.

4 Spontaneität will gut überlegt sein

Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung. In diesem Sinne sollten Projekte in der Öffentlichkeitsarbeit immer auch dazu dienen, Lehren für die Zukunft daraus zu ziehen. Geschieht dies systematisch und regelmäßig, erfüllt dies Kriterien eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP), eine Methode aus dem Qualitätsmanagement. Es liegt in der Natur der Sache, dass sich zumeist negative Verläufe oder Ergebnisse eignen, Fehler zu identifizieren. Doch auch Prozesse, die „irgendwie“ am Ende doch gut gelaufen sind, bergen Potenzial für Verbesserungen und lohnen den selbstkritischen Blick zurück – ohne dass die Freude über den Erfolg darunter leiden muss. Mit hoher Wahrscheinlich-

keit wird auch die nächste Veranstaltung wieder unter Zeitdruck geplant werden müssen. Daher ist es ratsam, die schulische Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf Ressourcen, Prozesse und Strukturen kontinuierlich zu stärken. Optimierung lautet die Devise, denn der Mangel an Zeit und Personal für die Öffentlichkeitsarbeit erfordert es, auf den Punkt „fit“ zu sein und auch bei spontanen Einsätzen zu wissen, wo das nötige Handwerkszeug und die wichtigsten Materialien zu finden sind. Die nachfolgende Auflistung zeigt, an welchen Stellen sich kontinuierliche „Aufräumarbeiten“ lohnen:

- Daten-Pool: Alle relevanten Daten und Dokumente für die Öffentlichkeitsarbeit sollten an einer zentralen Stelle im Computersystem gespeichert werden und den beteiligten Personen zugänglich sein. Bei Dokumentbezeichnungen ist auf eine einheitliche Struktur und aussagekräftige Namen zu achten – dies erleichtert die Suche. Zu den Basisdokumenten zählen z. B. Briefbogen, Presseinformationen, Einverständniserklärungen zur Verwendung von Fotos, Jahrespläne, Schulflyer/-broschüre nach Jahreszahlen sortiert, Schullogo in verschiedenen Dateiformaten (.jpg, .eps, .tif, Vektorgrafik), PowerPoint-Präsentationsvorlage, Krisenkommunikationsplan etc.
- Digitale Kollaboration: Die schulische Infrastruktur ohne durchgängig individuelle Arbeitsplätze/Büros stellt erhöhte organisatorisch-technische Anforderungen an die Zusammenarbeit. Bestimmte Programme oder Technologien ermöglichen eine gemeinschaftliche Datennutzung von verschiedenen Orten/Computern aus (z. B. Datenclouds wie Dropbox). Die Vorteile solcher Systeme sind im Einzelfall möglichen datenschutzrechtlichen Bedenken gegenüberzustellen.
- Fotoarchiv: Öffentlichkeitsarbeit gewinnt durch den Einsatz von Bildern an Wirkung. Daher sollten sämtliche schulischen Motive, die von Lehrkräften oder Fotografen für Zwecke der internen und externen Kommunikation eingesetzt werden können, in einem zentralen (digitalen) Archiv gespeichert werden. Dabei lohnt sich die Fleißarbeit, alle Motive unter aussagekräftigen Dateinamen zu erfassen. Aus kryptischen Namen wie „A012345.jpg“ könnte beispielsweise „Klaus Müller 2012“ werden und so die Auffindbarkeit von dessen Porträts erheblich verkürzen. Wichtig auch: Sämtliche Bilder sollten Hinweise auf ihre Urheber und den Umfang der Nutzungsmöglichkeiten enthalten. Insbesondere bei Schülerfotos ist hier Umsicht geboten.
- Software: Ob Dokumentenbearbeitung, grafische Gestaltung, Mailversand oder Fotobearbeitung: Eine passende und einfach zu handhabende Software ist in der Öffentlichkeitsarbeit unerlässlich. Beispiele: PDF-Programme (zum Öffnen bzw. Erstellen von geschützten Dokumenten), Outlook, Photoshop, InDesign (Grafik).
- Presseverteiler: Ein aktueller Presseverteiler ist das A und O für die Medienarbeit. Daher sollte dieser an einer zentralen Stelle abrufbar sein und auch nur von einer Person gepflegt und erweitert werden – am besten immer dann, wenn es neue Kontaktdaten gibt (z. B. bei einer fehlerhaft zugestellten Mail). Hierfür eignet sich am besten das Sekretariat bzw. der PC, über den Presseinformationen versendet werden.
- Inventur: Broschüren, Flyer oder andere Publikationen werden meist in höheren Auflagen produziert und mögliche Restbestände „warm und trocken“ eingelagert. Eine regelmäßige Inventur, wie viele Exemplare sich wo befinden, ist eine wichtige Maßnahme, um sich vor bösen Überraschungen zu wappnen. Nichts ist ärgerlicher als unter Zeitdruck zu rätseln, wo sich die benötigten Dinge befinden oder festzustellen, dass es zu wenig sind. Dies gilt auch für weiteres Material für die Öffentlichkeitsarbeit wie Banner, Infotheken, Kugelschreiber oder Schulkleidung.
- Dienstleister-Verzeichnis: Je nach Projekt haben Schulen mit verschiedenen Dienstleistern zu tun, z. B. Druckereien, Fotografen, Grafiker, Webdesigner/-programmierer, Werbemittelproduzenten, Schulkleidungslieferanten, Schilder-/Banner-/Fahnenproduzenten. Eine Erfassung der Kontaktdaten samt wichtiger Anmerkungen zur Zusammenarbeit spart wertvolle Zeit, wenn es mal wieder schnell gehen muss. Auch Daten von Eltern, die in relevanten Branchen bzw. Unternehmen tätig sind und helfen können, sollten hier aufgeführt sein.
- Ideenspeicher: Ein simples Word-Dokument oder eine Excel-Tabelle für spontane Ideen hilft, Gedanken und Geistesblitze in Bezug auf zukünftige Aktionen festzuhalten. Dieses Dokument sollte ebenfalls an zentraler Stelle abrufbar und von den verantwortlichen Personen zu ergänzen sein können. Alternativ zur Datei kann hier auch eine Pinnwand oder ein Flipchart fungieren. Wichtig auch: Die Liste gehört in die regelmäßigen Planungstreffen der an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligten Kolleg/-innen.

- **Auswertung:** Wichtige schulische Veranstaltungen oder Aktionen gehören unter dem Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit zentral im Kollegium ausgewertet. Eine Pinnwand im Lehrerzimmer hilft, das oftmals umfangreiche Feedback oder mögliche Verbesserungsvorschläge zu sammeln und zu visualisieren. Statt in Konferenzform kann eine Auswertung auch „stumm“ erfolgen, indem Lehrkräfte über einen vereinbarten Zeitraum ihre Beiträge an eine Pinnwand heften können.
- **Jahresplan:** Jede gute Öffentlichkeitsarbeit braucht vorausschauende Planung – auch wenn der Alltag immer wieder spontane und unvorhergesehene Maßnahmen mit sich bringt. Die Erfassung aller Projekte – vom Tag der offenen Tür bis zur Presseinformation – gehört in einen zentralen Jahresplan (siehe auch Arbeitshilfe im Anhang zu diesem Beitrag). Das Dokument sollte für das gesamte Kollegium einsehbar sein und auch die an Projekten mittelbar beteiligten Personen sowie die zeitlichen Vorläufe einschließen. Und: Mögliche Abweichungen vom Plan gehören direkt im Anschluss an eine Maßnahme korrigiert – ansonsten „schleicht“ sich der Fehler ins nächste Jahr.
- **Krisenplan:** Unvorhersehbare Krisenfälle, die innerhalb der Schule oder öffentlich durch Massenmedien Verstärkung finden, sind keinem zu wünschen, aber leider immer wieder Realität. Sie fordern von Verantwortlichen in höchstem Maße Fingerspitzengefühl, Konzentration und verantwortungsvolles Handeln. Einen umfänglichen Schutz gibt es nicht, dennoch sollten Erfahrungen mit entsprechenden Situationen besonders gründlich sowie vor allem in frischer Erinnerung ausgewertet werden – und in (bestehende) Krisenkommunikationspläne einfließen.
- **Mailverteiler:** Insbesondere in größeren Schulen gibt es eine stärkere Fluktuation im Kollegium als in kleinen Systemen. Daher ist ein aktueller, an zentraler Stelle (Sekretariat) gepflegter und allen zur Verfügung gestellter Mailverteiler uner-

lässlich. So können an Projekten beteiligte Lehrkräfte schnell und verlässlich miteinander kommunizieren.

- **Partizipation:** In der schulischen Öffentlichkeitsarbeit wird jede Hand gebraucht. Daher ist die Öffnung bestimmter Projekte sinnvoll. Auch Schüler/-innen und Eltern können wertvolle Beiträge, Feedbacks oder Ideen liefern und sich bei der Umsetzung engagieren.
- **Personalentwicklung:** Schulleitungen können im Rahmen von Ad-hoc-Projekten auch erkennen, welche Kompetenzen Kolleg/-innen auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit haben. Wie kreativ, zuverlässig oder belastbar ist jemand unter Zeitdruck? Liegt jemandem die persönliche Kommunikation mehr als das Verfassen von Texten oder das Organisieren im Hintergrund? Möglicherweise lässt sich so für zukünftige Aufgaben das eine oder andere „Talent“ sichten – und für die verschiedenen Aufgaben in der Öffentlichkeitsarbeit kann perspektivisch ein gutes Team heranwachsen.

Tipp

- Ganz gleich, auf welcher Ebene Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit optimieren: Wichtig ist, dass eine Person für das Gesamtkonzept verantwortlich zeichnet und die Prozesse steuert – ergo „den Hut auf hat“. Insbesondere wenn viele Akteure Teilaufgaben übernehmen, müssen diese an zentraler Stelle koordiniert werden. In aller Regel liegt diese Verantwortung bei der Schulleitung bzw. der damit beauftragten Lehrkraft.

Jan Schütte

Der Autor arbeitet als selbstständiger PR-Berater und -Trainer in Hamburg. Er ist Gründer der Agentur schul-konzept und Mitherausgeber des Handbuchs „Öffentlichkeitsarbeit macht Schule“.



Arbeitshilfe 30 14 01: Inventurliste Öffentlichkeitsarbeit

Jan Schütte, Wenn es mal wieder schnell gehen muss – und warum Öffentlichkeitsarbeit auch „Aufräumarbeit“ ist, 30.14

Inventurliste Öffentlichkeitsarbeit

Medium	Bestand zum . . .	Ort	verantwortlich	Lieferant	Bemerkung
Broschüre	300	Sekretariat	Schulleitung	Druckerei Müller	nachbestellen zum 1.2.
Banner	3	Keller	Hr. Meier		
Fahne	2	Schulhof, Keller (Reserve)			
Kugelschreiber					
Infomappen					
Briefbogen					
T-Shirts					


Arbeitshilfe 30 1402: Jahresplanung Öffentlichkeitsarbeit

Jan Schütte, Wenn es mal wieder schnell gehen muss – und warum Öffentlichkeitsarbeit auch „Aufräumarbeit“ ist, 30.14

Jahresplanung Öffentlichkeitsarbeit

	Termin	Anlass/ Projekt	Teil- aufgabe	verant- wortlich	beteiligt	Beginn	erledigt bis	Status	Bemer- kungen
Januar	15.1.	Tag der offenen Tür	Presse- infor- mation	Schul- leitung	Fr. Schulz	15.12. (Text- entwurf)	10.4. (Versand)	o. k.	Presse- verteiler überprü- fen, z. T. fehlerhafte Adressen
Februar									
März									
April									
Mai									
Juni									
Juli									
August									
September									
Oktober									
November									
Dezember									