Öffentlichkeitsarbeit macht Schule

Ein praxisorientiertes Handbuch zur Umsetzung von PR an Schulen

Inhaltsübersicht

Liebe Leserin, lieber Leser,
das komplette Werk „Öffentlichkeitsarbeit macht Schule" – sämtliche Beiträge und alle Arbeitshilfen – steht Ihnen online unter www.schulverwaltung.de zur Verfügung. Beiträge, die hier gelistet, aber nicht mehr im Ordner enthalten sind, finden Sie im Online-Bereich. Diese sind in der Inhaltsübersicht mit dem Hinweis („online") versehen.

01 Vorwort

02 Gliederung

03 Inhaltsübersicht

04 Verzeichnis der Autorinnen und Autoren

05 Nutzerführung Loseblattwerk

06 Kontrollblatt

07 Stichwortverzeichnis

Teil 1 Außenwirkung

Tue Gutes und sprich darüber!
Grundlegende Überlegungen zur Öffentlichkeitsarbeit und zum Erscheinungsbild von Schulen

10 Das Bild der Schule in der Öffentlichkeit: Image

10.12 Hat das noch was mit Schule zu tun? Warum Schulmarketing Teil des pädagogischen Auftrags ist
Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer

10.13 Definition: Öffentlichkeitsarbeit für Schulen
Gerhard Regenthal

10.14 Mit Struktur und Strategie: Öffentlichkeitsarbeit professionell gestalten
Anne Heitmann

10.15 Warum überhaupt Öffentlichkeitsarbeit?
Gerhard Regenthal

10.17 Konzeptentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit – Wie können schulinterne Arbeitsgrundlagen für die Außenwirkung genutzt werden?
Brigitte Gellert

10.18 Über schulische Ergebnisse öffentlich sprechen? Vergleichsarbeiten, zentrale Abschlüsse und Daten aus Erhebungen strategisch kommunizieren
Timo Off

10.19 Effektive Kommunikation in der Schule – Erziehungs- und Bildungsziele erreichen
Bernhard Gödde/Eberhard Römer
10.20 Markenbildung für Schulen – wie geht das?
Praktische Anleitungen zur Markenbildung für Schulen
Gerhard Regenthal
10.21 Wie kommt die Schule zu ihrem Image? (online)
Herbert Woerlein
10.26 Ein neues Logo – muss das denn sein? (online)
Angelika Loders
10.29 Corporate Identity und Corporate Design: Wie Professionalität und Mehrwert bei der Präsentation von Schulen erreicht werden kann (online)
Bernd Müller, Dietmar Buse
10.30 Professionalität und Mehrwert bei der Präsentation von Schulen in der Öffentlichkeit: Eine Zusammenarbeit von Fachschule und allgemein bildender Schule (online)
Bernd Müller, Dietmar Buse
10.31 Kommunikation der Berufsorientierung als Profilmerkmal
Thomas Breyer-Mayländer
10.40 Positionierung der Schule durch eine prägnante und professionelle Profilbildung
Gerhard Regenthal

11 Den eigenen Stil finden: Design und Erscheinungsbild
11.12 Ein einheitliches Erscheinungsbild für die Schule: Corporate Design
Gerhard Regenthal
11.31 „Das sind wir – das sieht doch jeder!“ Einheitliche Schulkleidung als Element der Corporate Identity der Schule (online)
Regina Pötke
11.41 Lehrer in ihrer Persönlichkeit: Authentizität nach innen und außen
Anne Ibsch-Wolf/Corinna Rüchardt
11.42 Die Kleidung der Lehrer und deren Kommunikation
Anne Ibsch-Wolf/Corinna Rüchardt

13 Schulen präsentieren sich
13.11 Öffentlichkeitsarbeit „saisontauglich“ gestalten
Jan Schütte
13.26 Das Rügener Modell – ein vorbildliches Netzwerk zur gemeinsamen qualitätssichernden Profilierung von Schulen
Marit Schindler
13.41 Berufsinformationstage: Organisiertes Chaos oder qualitätssichernde Profilbildung?
Udo Ulrich
13.42 Wir wollen’s Euch zeigen! Der „Tag der offenen Tür“ an Ihrer Schule
Sebastian Lücking

Teil 2 Ressourcen

Nutze was Du hast!
Welche Ressourcen habe ich, die ich für meine Öffentlichkeitsarbeit nutzen kann?

21 Oft übersehen: Schulgebäude und Schulgelände als Basis
21.23 Mit Schulverschönerung die Räume kommunizieren lassen
Elke Maria Alberts

www.schulverwaltung.de

© Wolters Kluwer Deutschland

21.61 Der Pädagogische Bauausschuss – Kommunikationsinstrument zwischen Lehrern, Schülern, Eltern und Öffentlichkeit
Elke Maria Alberts

22 Die Schulgemeinschaft und ihre Schulkultur
22.15 Feedbackkultur: Ein Kompass für gute pädagogische Arbeit und das Ansehen der Schule
Gerhard Regenthal
22.21 Ohne die Eltern geht es nicht – Impulse für eine elternbezogene Öffentlichkeitsarbeit
Boris Hackl
22.25 Eltern als Partner (online)
Gisela Schultebraucks-Burgkart
22.26 Das „Erziehungsteam“ Lehrer – Eltern
Anne Ibsch-Wolf
22.31 Zur Festkultur an Schulen
Dieter Trousil
22.41 Öffentlichkeitsarbeit beginnt beim Verhältnis zwischen Lehrer und Schüler
Dr. Norbert Saupp
22.42 People Business: Personalpolitik als Erfolgsfaktor schulischer PR-Arbeit
Thomas Breyer-Mayländer

23 Qualität
23.11 Wie kann man Öffentlichkeitsarbeit noch besser machen?
Gerhard Regenthal
23.13 Erfolgskontrolle in der schulischen Öffentlichkeitsarbeit oder: Warum der Blick zurück ein Schritt nach vorn ist
Jan Schütte
23.15 Evaluation als Kontrolle oder Chance
Gerhard Regenthal
23.17 Selbstcontrolling für eine prozessorientierte Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
23.20 Zertifizierung zur Profilierung der Schule nach außen
Peter Nelke
23.21 Prozessmanagement: Professionalisieren Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit
Peter Nelke
23.25 Mit einem Schulentwicklungstag Öffentlichkeitsarbeit Zeit und Raum geben
Jan Schütte

Teil 3 Organisation

Nach außen – im Team!
Wie organisiere ich Öffentlichkeitsarbeit?

30 Öffentlichkeitsarbeit organisieren
30.11 Wo fangen wir an? 10 Schritte zu einem strukturierten Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit an Ihrer Schule (online)
Regina Pötke
30.13 Praktische Erfahrungen – Wie kann man Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich umsetzen?
Udo Ulrich

30.14 Wenn es mal wieder schnell gehen muss – und warum Öffentlichkeitsarbeit auch „Aufräumarbeit“ ist
Jan Schütte
30.15 Von der Pflichtübung zum spannenden Workshop: So gelingen Elternabende (online)
Barbara von Schnurbein
30.16 Schulmarketing – oder Elterninformationsabend? (online)
Stephan Scharnagl
30.17 Sponsoring und Spenden – Wie kann ich mir Wünsche erfüllen?
Reinhard Vetters
30.18 Projekttage erfolgreich planen, durchführen und auswerten
Reinhard Vetters
30.19 Zusammenarbeit mit Agenturen – eine Investition, die sich lohnen kann
Anne Heitmann
30.20 Akzeptanzbildung in der eigenverantwortlichen Schule: Basis für eine gute Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
30.21 Frühling, Sommer, Herbst und Winter: Konzeptionelle Jahresplanung der Öffentlichkeitsarbeit
Anne Heitmann
30.22 Öffentlichkeitsarbeit an Beruflichen Schulen: fortlaufend, systematisch und dienstleistungsorientiert
Rafael Eckstein
30.28 Eine Schule benennt sich um – der Weg von der Namenssuche bis zur Präsentation
Thomas Behrmann
30.29 Die Fusion von Schulen: Gemeinsam sind wir stärker!
Albert Scherer
30.31 Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit: „Vunn nix kütt nix“
Dr. Jens Uwe Böttcher/Simona Harms
30.32 Der Förderverein als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit
Jürgen Schmitz
30.33 Sport-Sponsoring: Sponsoren suchen und binden
Stefan Wiesmann
30.34 Fundraising für Schulen
Wolfgang Mayer
30.37 Schulsponsoring – Verantwortungspartnerschaften auf Augenhöhe
Helmut Schorlemmer
30.40 Unzufriedenheit mit dem PR-Alltag in Schulen
Thomas Breyer-Mayländer
30.41 Öffentlichkeitsarbeit ist eine Teamaufgabe: von ersten Schritten bis zum etablierten Netzwerk
Sebastian Lücking
30.42 Mit kreativen Arbeitsmethoden zu neuen Ideen in der Öffentlichkeitsarbeit
Timo Off
30.43 Öffentlichkeitsarbeit an Schweizer Schulen – für nichtstaatliche Schulen eine Existenzfrage
Jürg Schoch
30.50 Ganztagsschule – eine kommunikative Herausforderung!
Josefa Krinecki
30.55 Inklusion – ein neues Profil? Eine neue Identität und ein ganz anderes Schulklima sind gefragt
Hanno Middeke

www.schulverwaltung.de

© Wolters Kluwer Deutschland

30.56 Inklusion – ein „Gewinnerthema“ der Öffentlichkeitsarbeit?!
Regina Hameyer

Teil 4 Partner

Gemeinsam sind wir stärker: Partner finden
Wie kann ich Partner für mein Image und meine Öffentlichkeitsarbeit finden und nutzen?

40 Kooperationen
40.11 Ziele der Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
40.21 Sparkassen-SchulService: Schulsponsoring mit Tradition
Christine Kadolli
40.31 Schule und die „wirkliche Welt“: Kooperationen mit außerschulischen Partnern erfolgreich gestalten und kommunizieren
Wulf Wersig/Raika Wiethe
40.32 Worüber sprechen wir, wenn sich alles ändert? Schul-PR und kommunale bzw. regionale Bildungsplanung
Thomas Breyer-Mayländer
40.53 Kooperation zwischen Wirtschaft und Schule bei der Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
40.55 Schule und Wirtschaft als Partner: Konsequenzen für die Kommunikation
Doris Wenzel O’Connor

41 Netzwerke
41.11 Der Schulleiter als Netzwerker – und seine Bedeutung für die Öffentlichkeitsarbeit einer Schule (online)
Ulrich Mumm

Teil 5 Umsetzung

Medienarbeit neu durchdenken
Wie „mache“ ich Öffentlichkeitsarbeit?

50 Medien
50.13 „Abenteuer Schulradio“: Schulische Öffentlichkeitsarbeit durch Hörfunk
Sylke Rother
50.21 Freie Lizenzen für Texte und Bilder in der Öffentlichkeitsarbeit nutzen – Wie sie Abmahnungen vermeiden und das Weitersagen erleichtern
Jöran Muuß-Merholz
50.26 Medienkompetenz und Öffentlichkeitsarbeit – zwei Seiten einer Medaille
Jan Schütte

51 Textarbeit
51.11 Wie entsteht ein guter Text? (online)
Rudolf Schröck
51.13 Original mit Untertitel: die Schule und ihr Claim
Jan Schütte

52 Zur Umsetzung meiner Pressearbeit
52.12 Ein Fahrplan zur Pressearbeit – Teil 1: Wie erreiche ich die Presse (online)
Monika Nebe

52.13 Ein Fahrplan zur Pressearbeit – Teil 2: Instrumente für Pressearbeit (online)
Monika Nebe
52.16 In PR eine Eins – wie der Pressetermin an Ihrer Schule gelingt
Martina Peters

53 Der Internetauftritt
53.12 Unsere Schule im Internet – wie man eine Homepage zur Öffentlichkeitsarbeit nutzt (online)
Carlo Ribeca
53.13 „Das sind wir im Internet“ – Teil 1: Die Planungsphase (online)
Christian Geier
53.14 „Das sind wir im Internet“ – Teil 2: Die Realisierungsphase (online)
Christian Geier
53.15 Schule Zwei Punkt Null: Die Wirkung der Schulhomepage mit mehr Angeboten steigern
Christian Geier
53.21 Mit dem Schulblog ins Web 2.0
Norbert Knape

54 Andere Medien für die Darstellung
54.15 Online-PR: digitaler Dialog für Transparenz, Image und Vertrauen
Jan Schütte
54.16 Schule und Web 2.0 – Wie Social Media die schulische Kommunikation durcheinanderwirbelt
Jöran Muuß-Merholz
54.17 Unsere Schule ist auf Facebook – ob sie will oder nicht
Jöran Muuß-Merholz
54.18 Schulentwicklung, Schulkultur und Öffentlichkeitsarbeit: Wie Social Media einer Schule zu einem Profil verhelfen kann
Philippe Wampfler
54.19 Wenn „don’t do anything stupid“ nicht reicht – wie Schulen sinnvolle Social-Media-Richtlinien erarbeiten
Philippe Wampfler
54.21 Präsentationsmedien in der Schule und ihr erfolgreicher Einsatz (online)
Anne Ibsch-Wolf/Prof. Dipl. Des. Eberhard Wolf
54.22 Crossmediale Schülerzeitung: Bessere Öffentlichkeitsarbeit durch Schülerprojekte
Tim Hoenig

55 Schulprogramm
55.12 Verdichtetes Schulprogramm als Basis für die Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
55.13 Profilierung Ihrer Schule durch ein profiliertes Schulprogramm
Gerhard Regenthal
55.14 Ablaufplan zum Aufbau einer Öffentlichkeitsarbeit
Gerhard Regenthal
55.21 Schulinterne Curricula – ein Schlüssel zur Öffnung von Schule
Reinhard Vetters

56 Rhetorik
56.11 Das Pentagon der Rhetorik: Wie Redebeiträge wirkungsvoller gestaltet werden können
Stephan Gora
56.12 Der klassische Redenaufbau
Udo Ulrich

www.schulverwaltung.de

© Wolters Kluwer Deutschland

56.13 Botschaften auf dem Elternabend: Wie sich Lehrer in ein positives Licht setzen können
Stephan Gora
56.14 Reden und Grußworte: Anlässe zum Repräsentieren der eigenen Schule
Udo Ulrich

57 Krisenkommunikation
57.11 Krisenkommunikation an Schulen vorausschauend und systematisch gestalten
Walter Hölzer
57.12 Mit Kommunikation aus der Krise – Imagewandel einer Schule (online)
Miriam Pech
57.13 Krisenkommunikation: Online-Schmähkritik an Schulen
Thomas Breyer-Mayländer

Teil 6 Rechtliche Hinweise

60 Rechtliche Hinweise
60.01 Vorwort
Sabine Richter
60.02 Länderübergreifende juristische Eckpfeiler in der Öffentlichkeitsarbeit
Sabine Richter
60.11 Das Logo: Urheber- und Nutzungsrecht/Marken- und Kennzeichenrechte
Sabine Richter
60.12 Die Verwendung von Zitaten und Fotos in Schuldrucksachen
Sabine Richter
60.31 Der eigene Internetauftritt Teil 1 – die Wahl der richtigen Domain
Sabine Richter
60.32 Der eigene Internetauftritt Teil 2 – zu beachtende Rechte und Impressumspflicht
Sabine Richter
60.33 Der eigene Internetauftritt Teil 3 – Haftung
Sabine Richter
60.41 Das Interview – Rechte des Interviewten und Minderjährigenschutz
Sabine Richter
60.42 Der Fernsehbeitrag – Recht am eigenen Bild und Minderjährigenschutz
Sabine Richter
60.43 Das Hausrecht
Sabine Richter
60.44 Gegenansprüche bei fehlerhafter Berichterstattung
Sabine Richter
60.45 „spickmich“ und Co.: Lehrerbewertungsportale auf dem Prüfstand
Sabine Richter
60.46 Vom sicheren Umgang mit Facebook und anderen sozialen Netzwerken
Sabine Richter
60.51 Werbung und Sponsoring an Schulen – keine leichte Sache
Sabine Richter

Teil 7 Ablage eigener Dokumente

www.schulverwaltung.de

© Wolters Kluwer Deutschland