

Der Aufsatz zum Thema

Schulen brauchen professionelle PR

Öffentlichkeit_Schulen haben ein Imageproblem. Daran ändert sich nicht viel, denn sie unternehmen wenig dagegen. Schulzeitung, ausgebildete schulische Medienbeauftragte und Kommunikationskonzept beheben diesen Missestand.

Bruno Fuchs

Der Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer (LCH) präsentierte im Dezember 2009 eine Arbeitszeiterhebung. Danach leisten Lehrerinnen und Lehrer über 120 unbezahlte Überstunden pro Jahr. Zu dieser Erhebung schrieb ein Leser am 8. Dezember auf www.tagesanzeiger.ch: «He Lehrer – hört endlich auf zu jammern. Wenn ich zu all den Ferien und Feiertagen jene Tage und Stunden zähle, welche die Lehrperson fehlt und die Eltern schauen dürfen, wo die Kinder bleiben, wird mir schlecht.»

Lehrerinnen und Lehrer werden seit Jahrzehnten mit den gleichen Vorurteilen konfrontiert. Bis heute gelang es ihnen nicht, diese aus der Welt zu schaffen. Kurz vor der Berichterstattung über die Arbeitszeiterhebung fragte TA-Online seine Leser, ob die Lehrer zu viel arbeiten müssen. Nein sagen 71 Prozent der 1007 teilnehmenden Leserinnen und Leser, 29 Prozent sagen Ja. Weshalb wird die Arbeitszeiterhebung ignoriert? Was läuft im Bildungssektor falsch, dass man Lehrerinnen und Lehrern seit Jahren die gleichen Vorurteile an den Kopf schleudert?

Tue Gutes und berichte darüber

Lehrpersonen leisten gute Arbeit. Doch sie berichten zu wenig darüber. Ihnen fehlt das Bewusstsein, dass Öffentlichkeitsarbeit zu einer guten Schule gehört. Längst

wird Öffentlichkeitsarbeit nicht nur in der Wirtschaft umgesetzt, sondern auch bei Vereinen und Organisationen. Nur Schulen tun sich schwer damit.

In Lehrerzimmern und Schulleiterbüros hängt zwar ein Konzept für den Krisenfall. Geht es um den Umgang mit Medien, harzt es. Wollen Journalisten zu harmlosen Themen wie Projektwoche oder Mittagsbetreuung berichten, werden sie abgewiesen. Behörde und Schulleitung vergessen, dass die Schule eine öffentliche Institution ist. Sie hat gegenüber der Öffentlichkeit eine Informationspflicht.

Konzept und Kontinuität

Schulen brauchen ein Kommunikationskonzept und einen bezahlten Medienbeauftragten, der die Schulleitung und das Team bei der Öffentlichkeitsarbeit entlastet. Eine Schulzeitung gewährleistet eine fortlaufende Information über Schulhaus und Projekte.

Nach einer Kommunikationsanalyse erfährt eine Schule, in welchen Bereichen sie bereits kommuniziert und welche sie vernachlässigt. Diese Analyse zeigt auf, dass die externe Zielgruppe in der Schule von Schülern und Eltern bis zu Reformkritikern und Meinungsmachern in einer Gemeinde geht. Die Analyse macht auch bewusst, welche Informationskanäle von Schulen benutzt werden können.

Schulzeitung gehört zu Öffentlichkeitsarbeit

Eine Glattaler Gemeinde wollte altersdurchmisches Lernen einführen. Als sie mit der Umsetzung beginnen wollten, wehrten sich Eltern. Die Behörde informierte sie nicht genügend über ihre Pläne. Mit einer professionellen Schulzeitung haben Schulen ein Organ, um Eltern über Projekte und Änderungen auf dem Laufenden zu halten. Mit einer Schulzeitung sind sie auch nicht auf den Goodwill einer Zeitung angewiesen und können berichten, wie sie es sinnvoll finden.

Für Öffentlichkeitsarbeit sind die Schulleitung und die Schulpräsidentin verantwortlich. Damit sie nicht noch mehr belastet werden, setzen sie bezahlte schulische Medienbeauftragte ein, die die Zusammenhänge der Schule kennen und ein Grundwissen über Öffentlichkeitsarbeit haben. Das können Lehrpersonen aus dem Team sein oder Fachleute, die von aussen beigezogen werden.

Gute Öffentlichkeitsarbeit wirkt prophylaktisch gegen gewisse Krisenfälle und erleichtert die Arbeit im Krisenfall. Beim St. Galler Lehrermord konnte der Schulleiter auf ein erfahrenes Krisenteam zurückgreifen, das unter anderem in Öffentlichkeitsarbeit geschult war. Krisenbewältigung beginnt nicht erst mit der Krise, sondern Monate vorher. ■

Bruno Fuchs

kommt aus Wangen ZH und ist seit 1985 Lehrer. 2003 schloss er den Diplomlehrgang in Publizistik (SAL) erfolgreich ab und stieg in den Journalismus ein. Bruno Fuchs ist Dozent an Schulleiterausbildungen und Inhaber eines Büros für Öffentlichkeitsarbeit (www.textebr.ch).

Buchtip: Kürzlich erschien von ihm im Orell-Füssli Verlag das Buch «Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit in der Schule – ein Leitfaden für Schulbehörden, Schulleitungen und schulische Medienbeauftragte».

