



PR für die Schule

«Nur Gutes tun reicht nicht»

Gespräch mit Ursula Nold und Cla Martin Cafilisch: Iris Frey

Fotos: Sam Bosshard

EDUCATION: In der dörflichen Schule, die ich vor fast 50 Jahren besucht habe, gab es viele Theater- und Musikvorstellungen, Elternabende, die ganze Schule hat sich am Dorffest engagiert etc. – war das PR?

Ursula Nold Public Relations (PR) ist der englische Begriff für Öffentlichkeitsarbeit und wird zumeist synonym verwendet. So gesehen hat Ihre damalige Schule klar PR gemacht. Mit jedem Elternbrief, jeder Theateraufführung, durch das Verhalten der Schülerinnen und Schüler auf Exkursionen, heute mittels Website kommuniziert die Schule nach innen und aussen und trägt so zu ihrer Imagebildung bei. Ob bewusst oder unbewusst: Schulen kommunizieren dauernd. Oder mit den Worten von Kommunikationsforscher Paul Watzlawick: «Man kann nicht nicht kommunizieren.»

Cla Martin Cafilisch Was Sie beschreiben, sind tatsächlich klassische Massnahmen der PR. Ihre Schule hat die Öffentlichkeit gesucht, sie hat mit ausgewählten Dialoggruppen – den Einwohnerinnen und Einwohnern der Gemeinde, den Eltern – den Kontakt gesucht, um die Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Schulen haben immer wieder Anliegen, für die sie Unterstützung benötigen. Das heisst, sie haben Botschaften zu kommunizieren. Damit diese ankommen, braucht es zuerst die Aufmerksamkeit der Dialoggruppen.

Wie hat sich die Öffentlichkeitsarbeit von Schulen verändert?

Nold Schulen haben in den letzten Jahren mehr Gestaltungsfreiraum und die Möglichkeit, sich ein eigenständiges Profil zu erarbeiten, erhalten. Dies verpflichtet sie im Gegenzug zu mehr Kommunikation nach

innen und aussen. Zudem sind die Eltern als wichtigste Zielgruppe anspruchsvoller geworden. Sie nehmen stärker Einfluss auf das Schulgeschehen und erwarten eine umfassende Kommunikation. Eine gute Schule, die durch adäquate Öffentlichkeitsarbeit überzeugt ist, ist auch für das Standortmarketing einer Gemeinde von Bedeutung. Nicht selten informieren sich umzugswillige Eltern zuerst auf der Website einer Gemeinde über ihre Schule und deren schulergänzende Angebote wie beispielsweise Mittagstisch und Tagesschule.

Cafilisch Kommunikation zu planen und umzusetzen, ist heute selbstverständlicher Teil einer professionellen Projektleitung. Das sehen Sie an jeder Baustelle, an der Sie vorbeigehen. Diesen wichtigen Stellenwert sollte Kommunikation auch für Schulen haben – und hat es vielerorts



auch. Viele Schulleiterinnen und Schulleiter verstehen umsichtige, kontinuierliche und verständliche Kommunikation als Führungsaufgabe. Zu Recht: Denn Schulen sind wichtige Institutionen in einer Gemeinde. Sie erfüllen eine tragende gesellschaftliche Funktion, haben viel Verantwortung. Wenn sie Verständnis, Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufbauen wollen, müssen Schulen aktiv kommunizieren.

Nold Schulen haben sich in den letzten Jahren stark mit der eigenen Identität und ihrer strategischen Ausrichtung auseinandergesetzt. Daraus resultierten Leitbilder und pädagogische Schwerpunkte, die zu kommunizieren sind. Weil die Kommunikation mit externen Anspruchsgruppen zugenommen hat, setzen sich Schulen heute vermehrt mit der bewussten Gestaltung der Kommunikationsprozesse auseinander. Eltern und Schüler für die Schule begeistern und nicht bloss Informationen anbieten, das ist das Ziel guter Öffentlichkeitsarbeit. Viele Berner Schulen engagieren sich diesbezüglich stark.

Aber es gibt Schulen, die monieren, ihnen fehlten die Ressourcen für eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Was sagen Sie diesen?

Nold Fehlende Ressourcen können tatsächlich ein Problem sein. Je weniger Ressourcen vorhanden sind, desto wichtiger ist, die Öffentlich-

keitsarbeit gut zu planen und die einzelnen Massnahmen aufeinander abzustimmen. Als Basis für die Öffentlichkeitsarbeit kann ein Kommunikationskonzept dienen, in dem die Strategie und die Botschaften der Schule geregelt sind. Wenn die Öffentlichkeitsarbeit systematisch geplant ist, kann die Schule eine aktive Kommunikation wahrnehmen und reagiert nicht bloss auf Ereignisse von aussen.

Cafilisch Tag für Tag passiert in Schulen so viel Tolles. Darüber zu schweigen, wäre schade und eine verpasste Chance. Kommunikation hat eine so wichtige Bedeutung, dass sie nicht eine Ad-hoc-Pflichtaufgabe am Ende eines Arbeitstages sein darf. Sie muss vielmehr institutionalisiert sein. Das gibt ihr das nötige Gewicht. Zudem finanziert die Öffentlichkeit die Schule; für diese gilt das Öffentlichkeitsprinzip: Es gibt eine Pflicht zu informieren.

Interne oder externe Kommunikation – welche Kommunikation sollte für Schulen Priorität haben?

Cafilisch «PR begins at home» sagen die Amerikaner. Schlecht ist, wenn Mitarbeitende eines Unternehmens – in diesem Fall einer Schule – ein wichtiges Ereignis aus den Medien erfahren. Das wirkt demotivierend und schafft Distanz zwischen den Lehrpersonen und der Schulleitung. Wer sich intern nicht ►

Ursula Nold ist ausgebildete Lehrerin und Schulleiterin und schloss 2013 an der Hochschule St. Gallen ein Nachdiplomstudium im Bereich General Management ab. Heute arbeitet sie als Dozentin am Institut für Weiterbildung und Medienbildung der PHBern mit weiteren Lehraufträgen in der Schweiz und in Berlin. Zudem engagiert sie sich in mehreren Verwaltungs- und Stiftungsräten. Ursula Nold ist verheiratet und Mutter von vier Kindern im Jugendalter.

Cla Martin Cafilisch arbeitet als Leiter Kommunikation und Marketing am Institut für Weiterbildung und Medienbildung der PHBern. Er ist Präsident der Berner Public Relations Gesellschaft, Stiftungsrat des Swiss Public Relations Institute und Zentralvorstand von pr suisse. Im Jahr 2011 war er Mitglied der Jury des wbz-Preises «Kommunikation in der Schule». Cla Martin Cafilisch ist verheiratet und Vater von zwei kleinen Kindern.



ernst genommen fühlt, taugt nicht zum Botschafter oder zur Botschafterin gegen aussen. Interne und externe Kommunikation dürfen aber nicht gegeneinander ausgespielt werden. Für den Erfolg sind beide wichtig: zusammen erreichen sie alle Anspruchsgruppen einer Organisation.

Nold Schulische Öffentlichkeitsarbeit schliesst interne und externe Kommunikation mit ein. Nur wenn die interne Kommunikation gut funktioniert, kann wirkungsvoll nach aussen kommuniziert werden. Gut informierte Lehrpersonen sind in der Regel zufriedener und strahlen dies auch gegen aussen aus. Kommuniziert die Schulleitung offen und transparent, agieren meistens auch die Lehrpersonen so.

Welche Kommunikationskanäle und -instrumente eignen sich für Schulen besonders gut?

Cafilisch Um die breite Öffentlichkeit zu erreichen, bewährt sich eine Schulwebsite sehr gut. Sie ist rasch aktualisierbar und jederzeit, überall, für alle zugänglich. Weil aber nicht alle Zielgruppen eine Website regelmässig besuchen, braucht es einen zusätzlichen Kanal, um Informationen aktiv zu verschicken. Zum Beispiel einen elektronischen Newsletter oder eine Schulzeitung. Überhaupt empfiehlt sich, möglichst viele Kommunikationskanäle zu bespielen.

Nold Qualität muss vor Quantität kommen. Eine Schulwebsite beispielsweise muss aktuell gehalten werden, sonst macht sie einen unprofessionellen Eindruck. Durch die technologische Entwicklung hat die Anzahl Kommunikationsinstrumente stark zugenommen; die Qualität der Kommunikation leider oft nicht in gleichem Mass. Viele Schulen setzen heute auf Social Media, sind dadurch aber doppelt gefordert: einerseits durch einen verantwortungsbewussten Umgang mit neuen Medien im Unterricht, andererseits als Vorbild beim datenschutzgerechten Einsatz der neuen Kommunikationsmittel.

Ab 2017 wird im Kanton Bern der Lehrplan 21 eingeführt. Wie kann man durch PR die Einführung erleichtern?

Nold In den Medien wurde bisher eher kritisch über den LP21 berichtet. Nun sollten die Schulen den Eltern aufzeigen, dass sie hinter dem Lehrplan 21 stehen, ihn engagiert umsetzen wollen und dass gute Bildung weiterhin garantiert ist. Die Schulleitung initiiert, plant und steuert den Einführungsprozess und ist für eine gute Kommunikation gegenüber allen Anspruchsgruppen verantwortlich. Sie muss die Lehrpersonen aber in die Prozessgestaltung einbeziehen: Nur zusammen mit den Lehrpersonen kann der LP21 erfolgreich umgesetzt werden ...

Cafilisch ...ein schönes Beispiel dafür, dass interne Kommunikation Priorität hat vor der externen: Nur wenn die Lehrpersonen hinter dem Lehrplan 21 stehen, vertreten sie ihn auch überzeugt. Kommunikation ist ein zentraler Erfolgsfaktor bei der Umsetzung des LP21. Dies kann nicht alleine Aufgabe einzelner Schulen sein. Vielmehr sind auch Politik, Verwaltung und die PHBern gefordert, die Schulen bei der Einführung zu unterstützen – im Rahmen einer mehrjährigen Kommunikation.

Nold Die PHBern, welche die Schulleitungen in Weiterbildungen zusammen mit der Erziehungsdirektion auf die Einführung des LP21 vorbereitet, bietet im Internet bereits heute Unterstützung für die Kommunikationsarbeit (www.phbern.ch > lehrplan-21 > weiterbildung). Weitere Hilfsmittel, etwa ein bernspezifischer Flyer für die Elterninformation, den die Erziehungsdirektion plant, sollten gut aufeinander abgestimmt und mit allen Beteiligten abgesprochen sein. Eine gute Umsetzung des LP21 stärkt das Vertrauen in die Schule und motiviert Lehrpersonen sowie Schülerinnen und Schüler. Zusammen führt dies zu einem guten Schulklima und letztlich zum Schulerfolg. Hierfür lohnt es sich, sich tagtäglich anzustrengen.

www.phbern.ch/lehrplan21
www.phbern.ch/17.454.001