



**SUSANNE REHM**

## **ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND FUNDRAISING FÜR SCHULEN**

Öffentlichkeitsarbeit ist keine selbstverständliche Aufgabe von Schule. Meistens haben sie keine eigenständige Abteilung, die sich diesem Bereich professionell und ausschließlich widmen kann. Viele haben aber bereits erkannt, dass es neben einer guten Bildungsarbeit wichtig ist, ihre Aktivitäten in den Stadtteil oder die Gemeinde zu kommunizieren und damit sichtbar zu werden.

Öffentlichkeitsarbeit ist weit mehr als Pressearbeit. Sie schließt die gesamte Kommunikation einer Schule ein und findet auf vielfältige Weise statt. Sie kann Schulen in ihrer täglichen Arbeit in vielerlei Hinsicht unterstützen und ist nicht zuletzt ein wichtiges Element der Schul- und Qualitätsentwicklung. Ziele können sein, neue Schülerinnen und Schüler und deren Eltern zu interessieren oder die Einwerbung von Fördermitteln zu unterstützen.

Die Qualifizierungsveranstaltungen der Länderbüros im Bereich Öffentlichkeitsarbeit richteten sich neben den Kulturagentinnen und Kulturagenten insbesondere auch an die Kulturbeauftragten der Schulen. Oft wurden auch die Presse- oder Homepageverantwortlichen der Schulen zu diesen Qualifizierungen eingeladen.

### **ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: ALLEINSTELLUNGSMERKMALE HERAUSARBEITEN UND KOMMUNIZIEREN**

In den ländlichen Regionen stehen die Schulen automatisch im Fokus der Berichterstattung, da sie oft die größte öffentliche Institution vor Ort sind. Vielen Schulleitungen war das Thema Pressearbeit folglich nicht fremd. Die

Arbeit der Kulturagentinnen und Kulturagenten in diesem Bereich ging also eher dahin, jene Schulen zu unterstützen, die bisher noch wenig Erfahrung mit Pressearbeit hatten. Sie luden Pressevertreterinnen und -vertreter zu Veranstaltungen ein, unterstützten bei der Erstellung von Pressemitteilungen oder Texten für die Homepage und halfen dabei, Einladungskarten, Flyer oder Plakate für die Projektpräsentation im Kulturagentenprogramm zu erstellen. Mit den Angeboten und Projekten der kulturellen Bildung und ihren erarbeiteten Kulturprofilen haben sich die teilnehmenden Schulen im Laufe des Kulturagentenprogramms ein kulturelles Alleinstellungsmerkmal erarbeitet. Ziel war es, dies auch in der Öffentlichkeit entsprechend darzustellen.

Die regionalen Qualifizierungen haben die Kenntnisse und Erfahrungen der Kulturagentinnen und Kulturagenten in diesem Bereich miteinander abgeglichen und erweitert. Gemeinsam mit verschiedenen Referentinnen und Referenten haben sie beispielsweise analysiert, welche schulspezifischen Informationen und Ereignisse sich für die Präsentation auf der Programmwebsite des Kulturagentenprogramms eignen. Ein zentraler Punkt bestand darin, das Wesentliche zu erkennen und dies öffentlichkeitswirksam und zielgruppenspezifisch aufzubereiten. Hier arbeitete man überwiegend anhand konkreter Beispiele: Exemplarisch wurden unter anderem eine Schulhomepage analysiert, Vorschläge zu deren Umgestaltung entwickelt sowie kurze Presstexte zu geplanten Projekten formuliert und besprochen.

### **SPONSORING/FUNDRAISING**

Das Thema Sponsoring/Fundraising ist in den vergangenen Jahren auch für Schulen immer mehr zu einem Diskussionsthema geworden. Umfassende positive Berichterstattung über Schulprojekte in den Medien ist eine hervorragende Grundlage für die Schulen, ein Fundraising anzugehen. Denn wenn es gelingt, die Arbeit einer Schule an einem Kulturprojekt als gelungen/erfolgreich wahrzunehmen, sind Unternehmen, örtliche Stiftungen oder Initiativen, eventuell auch dazu bereit, sich finanziell oder mit Sachleistungen zu engagieren.

In verschiedenen Bundesländern haben die Kulturagentinnen und Kulturagenten gemeinsam mit den Länderbüros und mit Unterstützung der Geschäftsstelle des Kulturagentenprogramms Handreichungen und Regelungen formuliert, die Schulleitungen, Lehrkräfte, Elternvertreter oder Fördervereine dabei unterstützen, den passenden Förderer zu finden. Auch die von der BKJ und die DKJS entwickelten Hilfestellungen zum Thema Fundraising und Sponsoring für kulturelle Aktivitäten in der Schule wurden genutzt.

In den regionalen Qualifizierungen haben Expertinnen und Experten die Grundlagen zu Fundraising und Sponsoring vorgestellt und mit den Teilnehmenden erste Schritte in diesem Feld durchgespielt. Beispielsweise ging es darum zu klären, welche potenziellen Förderer sich im Umfeld der Schule befinden und wie man diese anspricht, um sie für Schulaktivitäten zu

interessieren und langfristig zu gewinnen. Für die Beteiligten war es wichtig zu erfahren, dass ein umfassendes Fundraisingkonzept tragfähiger und nachhaltiger wirken kann als eine kurzfristige und einmalige Sponsoringanfrage.

Um auch nach dem Ende der ersten Programmphase verschiedene Projekte und Aktivitäten in den Schulen zu realisieren, haben Kulturagentinnen und Kulturagenten die Frage diskutiert, wie die Prozesse und Ergebnisse des Kulturagentenprogramms in Sponsoringkonzepten dargestellt werden könnten. Hier halfen sie dabei, vorhandene Informationen zu strukturieren und zu gewichten, potenzielle Förderer festzustellen und gemeinsam mit den Kulturgruppen und Schulleitungen Förderanträge zu formulieren.

Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring/Fundraising waren Themen, bei denen die Kulturagentinnen und Kulturagenten selbst zu Vermittlern in den Schulen wurden. Dafür spielten neben den fachlichen Kenntnissen, die über entsprechende Inputs bei Veranstaltungen vermittelt wurden, weitere Fähigkeiten eine Rolle wie beispielsweise die Fähigkeit, Methoden und Inhalte zu vermitteln oder ganz allgemein, mit vielen Partnern zu kommunizieren. Um diese Fähigkeiten auszubauen und die Kulturagentinnen und Kulturagenten bei ihren komplexen kommunikativen Aufgaben zu unterstützen, wurden Qualifizierungen sowohl regional als auch überregional durchgeführt.

# kultur agenten } für kreative schulen

STIFTUNG  
MERCATOR

KULTURSTIFTUNG  
DES  
BUNDES

Ein Modellprogramm der gemeinnützigen Forum K&B GmbH, initiiert und gefördert durch die Kulturstiftung des Bundes und die Stiftung Mercator in den Bundesländern Baden-Württemberg, Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Thüringen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Ministerien, der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V., der conecco UG – Management städtischer Kultur und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung.

© 2015 Forum K&B GmbH, die Autoren und Fotografen

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung der Forum K&B GmbH urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzung, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.