

Öffentlichkeitsarbeit macht Schule

Ein praxisorientiertes Handbuch zur Umsetzung von PR an Schulen

Bearbeitet von
Gerhard Regenthal, Jan Schütte

Loseblattwerk mit 17. Aktualisierung 2016. Loseblatt. Rund 350 S. Im Ordner
ISBN 978 3 556 01044 0
Format (B x L): 13,8 x 21 cm

[Weitere Fachgebiete > Pädagogik, Schulbuch, Sozialarbeit > Schulen, Schulleitung > Schulleitung, Schulentwicklung](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

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 Profilvermerkmal
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

- 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 Schultebras-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 Schmurbein
- 30.16 Schulmarketing – oder Elterninformationsabend? (online)
Stephan Scharnagl
- 30.17 Sponsoring und Spenden – Wie kann ich mir Wünsche erfüllen?
Reinhard Vettors
- 30.18 Projektstage erfolgreich planen, durchführen und auswerten
Reinhard Vettors
- 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 Ganztagschule – eine kommunikative Herausforderung!
Josefa Krinecki
- 30.55 Inklusion – ein neues Profil? Eine neue Identität und ein ganz anderes Schulklima sind gefragt
Hanno Middeke

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

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

