

Antrag zur Vorlage bei der Schulleitung

Titel:	Online-Abrufangebot: Öffentlichkeitsarbeit und Außendarstellung von Schulen
Nr.:	KAUR.021.A23
Kontakt:	Gabi Kleen E-Mail: kleen@ostfriesischelandschaft.de
Dauer:	Tagesveranstaltung
Anfang:	nach Absprache
Ende:	nach Absprache
Anmeldeschluss:	Keine Angabe
max. Teiln.:	20
min. Teiln.:	2
Kosten:	115,00 Euro / Workshop
Beschreibung	

SIE KÖNNEN AUS DIESEM ANGEBOT SOWOHL EINEN ALS AUCH MEHRERE WORKSHOPS ONLINE ODER IN PR SENZ AUSW HLEN. Bitte geben Sie bei der Anmeldung an, welche(n) Workshop(s) Sie buchen möchten. Falls Sie diese Fortbildung als SchiLF durchführen möchten, kontaktieren Sie bitte das Kompetenzzentrum Aurich unter kleen@ostfriesischelandschaft.de

Öffentlichkeitsarbeit und Außendarstellung von Schulen:

1. Der neue „Tag der offenen Tür“ Präsenz- und Online-Elemente optimal konzeptionieren und kombinieren
2. Unsere Schule als Marke Warum Profilbildung VOR Öffentlichkeitsarbeit kommt
3. In PR eine Eins Grundlagen der Online- und Offline-Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Schule
4. Gute PR-Texte schreiben Gelungene Außendarstellung der Schule mit guten Online- und Offline-PR-Texten
5. Die neuen Seiten unserer Schule Bedeutung, Struktur, inhaltliche Gestaltung und Planung der zeitgemäßen Schul-Website
6. Fundraising für die Schule Wege der Mittelbeschaffung finden und umsetzen

DER NEUE "TAG DER OFFENEN TÜR" Präsenz- und Online-Elemente optimal konzeptionieren und kombinieren

In diesem Workshop erhalten die Teilnehmenden hilfreiche Informationen darüber, wie sie den Tag der offenen Tür aus PR-Sicht im Vorfeld konzeptionieren und vorbereiten können für die spätere Umsetzung in

Präsenz oder auch online. In

Plenums-/ Einzel- und Paarübungen wenden sie das Erlernte direkt an. Für die spätere Umsetzung im Schulalltag gibt es ein Handout.

WARUM?

- Warum machen wir das alles? Kurz- und langfristige Ziele des Tags der offenen Tür
- Okay, aber wie jetzt? Chancen, Möglichkeiten und Vorteile von Präsenz, live, online + hybrid

FÜR WEN?

- Für wen machen wir das? Zielgruppen des Tags der offenen Tür Präsenz, online, live & hybrid

WO?

- In der Schule: Schulgebäude, Lernumgebungen, Ambiente als Faktor der Öffentlichkeitsarbeit
- Im Netz: Rolle und Aufgaben der Schul-Website im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit

WAS?

- Was wollen wir überhaupt zeigen? Wer sind wir? Was sind unsere Schwerpunkte und Stärken? Wie unterscheiden wir uns von den anderen Schulen? Entscheidungshilfen für Eltern
- Welchen Kompass können wir Eltern und Schülern an die Hand geben? App, WebsiteÜbersicht, Flyer oder Plakat Orientierungshilfen und Wegweiser durch den Tag

WIE?

- „Aufräumen, ehe der Besuch kommt“ Checkliste für das Schulgebäude und die Website
- Das Programm vor Ort und online Wie können wir unsere Schule am besten präsentieren? Möglichkeiten einer lebendigen Vorstellung der Schule live und im Netz
- Öffentlichkeitsarbeit Wie + wo wir auf den Tag der offenen Tür aufmerksam machen

WER?

- Das Kollegium präsentiert sich als Gastgeber der gute Kontakt zu den Eltern startet am Tag der offenen Tür (Kleidung, Kommunikation, Präsentation online und live)
- Schüler präsentieren ihre Schule warum diese Zielgruppe besonders überzeugend ist
- Eltern Väter und Mütter jetziger Schüler berichten über Ihre Sicht auf die Schule
- Ehemalige Was die früheren Schüler, Eltern und Lehrer über die Schule zu sagen haben

UNSERE SCHULE ALS MARKE Warum Profilbildung VOR

Öffentlichkeitsarbeit kommt

Das Seminar befasst sich mit PR-Grundlagen wie Image, Profil, Corporate Identity und Leitbild und

gibt viele Tipps zur Entwicklung eines konkreten Profils als Basis für PR und Markenbildung. Die

Teilnehmenden wenden in Plenums-/ Einzel- und Paarübungen das Erlernete direkt an und können

erste Ergebnisse schon direkt zur Weiterbearbeitung nutzen. Für die spätere Umsetzung im

Schulalltag gibt es ein Handout.

Was macht unsere Schule aus? Was unterscheidet uns von anderen Schulen unserer Region? Bevor

eine Schule mit Öffentlichkeitsarbeit startet oder beginnt, diese zu professionalisieren, sollte sie ihr

Profil, ihre Stärken, Besonderheiten und Schwerpunkte gut kennen. Darauf aufbauend kann das PR-Team

der Schule mit einer guten Basis die strategische Öffentlichkeitsarbeit starten. Inhalte:

- Markenbildung für die Schule
- Das Image unserer Schule Selbstbild, Fremdbild, Wunschbild
- Wer sind wir? Unsere Corporate Identity
- Unser Schulprofil Profilbildung als Baustein von Schulentwicklung
- Blick über den Tellerrand Konkurrenzanalyse
- Das Kollegium als Markenbotschafter
- Das Leitbild als Markenversprechen Wie es zur Markenbildung beitragen kann
- Unsere Schule als Marke Was braucht es dafür?
- Das visuelle Bild der Schule Corporate Design & Fotos

IN PR EINE EINS Grundlagen der Online- und Offline-Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Schule

Das Seminar vermittelt einen Überblick über das Handwerkszeug für eine solide schulische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Teilnehmer wenden in Plenums-/ Einzel- und Paarübungen das Erlernete direkt an. Für die spätere Umsetzung im Schulalltag gibt es ein Handout.

Schulen, die sich heute in der Bildungslandschaft behaupten und mit besonderen Angeboten einen Namen machen möchten, müssen sich professionell in der Öffentlichkeit präsentieren. Der Workshop zeigt, wie das PR-Team der Schule die Stärken und Schwerpunkte der Schule mit den passenden PR-Instrumenten wie Pressearbeit, Print- und Online-Medien den unterschiedlichen Zielgruppen kommuniziert.

- Was ist (Bildungs-)PR?

- Welche Rahmenbedingungen brauchen wir an der Schule für PR?
- PR mit Struktur und Plan: Was gehört in ein PR-Konzept?
- Was wollen wir kommunizieren? Kernbotschaften im Schulprofil + Kurzprofil
- Wie wollen wir es kommunizieren? PR-Maßnahmen und PR-Medien
- Ziele + Zielgruppen von Schul-PR
- PR mit Flyer, Broschüre, Jahrbuch: Infos zu guten Print-Schulmedien
- Die Website als Visitenkarte: Möglichkeiten von Online-PR
- Blitz-Input zu Social Media für die Schule
- Wege in die klassischen Medien: praktische Pressearbeit

SCHREIB'S DOCH EINFACH UND ÜBERZEUGE Gelungene

Außendarstellung der Schule mit guten PR-Texten

Dieser Workshop gibt viel Input zum Thema „Gute Texte schreiben“. Er hilft den Teilnehmenden mit vielen praktischen Textübungen, ein neues Gefühl fürs Schreiben zu entwickeln und den nächsten Text in der Schule schneller, leichter und besser zu formulieren. Es gibt ein Handout als „Roten Faden für's Schreiben“ für die Umsetzung in der Schule.

„Können Sie mal kurz eine Pressemitteilung wegen des neuen MINT-Projekts, einen Flyer zum Tag der offenen Tür und den neuen Beitrag unter „Aktuelles“ auf der Website schreiben?“ Das fällt den meisten eher schwer. Für das leichte Formulieren braucht es das Wissen um Regeln, Tipps und viel Übung.

- Was sind PR-Texte in der Schule?
- die wichtigsten Regeln für's gute Schreiben von PR-Texten Struktur + Sprache
- verständliche Texte schreiben
- Ansprache verschiedener Zielgruppen
- Headlines und Teaser verfassen, die neugierig machen
- Regeln für eine Pressemitteilung
- für Flyer + Broschüren schreiben
- Texte für Internet/ die Website schreiben

DIE NEUEN SEITEN UNSERER SCHULE Bedeutung, Struktur, inhaltliche Gestaltung & Planung der zeitgemäßen Website

In diesem Workshop erhalten die Teilnehmenden hilfreiche Informationen darüber, wie eine zeitgemäße Website sich heute inhaltlich präsentieren sollte und sind so für einen Relaunch ihrer eigenen Schulseite bestens gerüstet. Sie wenden in Plenums-/ Einzel- und Paarübungen das Erlernte direkt an und erhalten für die spätere Umsetzung im Schulalltag ein Handout. Es geht NICHT um die technische Umsetzung der Website. Eine klare, verständliche und überzeugende Kommunikation im Internet wird

für Schulen immer wichtiger.

Bevor es jedoch um die technische Umsetzung der neuen Website geht, stellen sich inhaltliche Fragen: Welchen Eindruck, welches Bild der Schule soll die neue Website vermitteln? Welche Art von Texten schafft das am besten? Was wollen unsere Zielgruppen lesen und fast noch wichtiger was nicht?

- Die Website als Visitenkarte der Schule gute Beispiele
- Ziele, Aufgaben und Zielgruppen
- das PR-Konzept und die Website
- Struktur und Inhalte der Website
- Unsere Kernbotschaften & Hauptunterscheidungsmerkmale
- Text- und Seitenkonzept
- gute Texte Struktur & Inhalte
- Gesicht der Website: gute Fotos

FUNDRAISING FÜR DIE SCHULE Wege der Mittelbeschaffung finden und umsetzen

Das Seminar stellt konkrete Umsetzungsmöglichkeiten vor, wie man Fundraising an der Schule installiert und Förderer für einzelne Projekte findet. Die Teilnehmenden wenden in Plenums-/ Einzel- und Paarübungen das Erlernte direkt an. Für die spätere Umsetzung im Schulalltag gibt es als „Roten Faden für's Fundraising“ ein Handout.

Um zukunfts- und konkurrenzfähig zu bleiben, werden professionelle PR, Fundraising und Sponsoring immer wichtiger für Schulen. Die Umsetzung guter Projekte oder die Verbesserung der Schulausstattung bedeutet immer öfter Kooperation mit und Einbindung von außerschulischen Partnern. Dafür sind Schulen vor allem häufig auf Geld, Dienst- oder Sachleistungen von Förderern und Sponsoren angewiesen.

- Begriffsklärung Fundraising, Sponsoring, Spende, Public-Private Partnership, Kooperation, Werbung
- Bildungsfundraising
- Bedeutung von PR für Fundraising
- Institutional Readiness
- Fundraising-Kreislauf
- Projektauswahl + Projektskizze
- Förderer suchen & finden
- Besonderheit Stiftungen
- Besonderheit Schulsponsoring
- Online-Fundraising

Kursleitung:

Martina Peters, Journalistin, Trainerin und zertifizierte PR-Managerin, Workshops bei verschiedenen Lehrkräftefortbildungs-Institutionen in den

Bundesländern. Mehr Infos
unter www.profil-bildung.com und www.martina-peters.de

Ort [ONLINE-Veranstaltung,](#)
Schulform keine Angabe
Veranstalter Kompetenzzentrum Aurich, Regionales Pädagogisches Zentrum Aurich
verantwortlich Gabi Kleen E-Mail: kleen@ostfriesischelandschaft.de
Veranstaltungsteam Martina Peters (Leitung)

Antrag gestellt von: _____

Genehmigung erteilt: _____