



CORINNA E. A. SCHÜTT  
**Schulen gehen in die Öffentlichkeit**

***Kommunikation planen,  
Mittel effizient einsetzen,  
an Beispielen orientieren.***

Schulen rücken mehr und mehr in den Mittelpunkt der Gesellschaft, nicht zuletzt wegen der Debatte über die internationalen Bildungsvergleiche wie die Pisa-Studie. Bildungspolitische Missstände und Probleme sind Dauerthemen in den Medien, sodass Schulen schon längst keine isolierten Lehr- und Lernorte mehr sind. Im Zuge dieser Entwicklung öffnen sie sich gegenüber der Gesellschaft.

Diesem Aspekt widmet Corinna Schütt, Diplom-Betriebswirtin, PR-Beraterin sowie Autorin von Studienmaterial für Public Relations an Schulen, ein ganzes Buch. Die Autorin schildert wie Schulen ihre Kommunikation nach Innen und Außen mittels professioneller Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig verbessern können. Ihre Publikation ist untergliedert in einen Grundlagen- und einen Praxisteil. Zu jedem Themenabschnitt erfolgt eine Zusammenfassung der wichtigsten Fakten. Am Ende eines jeden Kapitels folgt eine Checkliste zur Selbstüberprüfung der eigenen schulinternen Arbeits- und Vorgehensweise. Darüber hinaus findet der Leser eine ausführliche Liste mit Internetseiten und weiterführender Literatur.

Der Einstieg in die Thematik ist Schütt besonders gut gelungen, da wichtige Begriffe und Schemata der Kommunikationstheorie verständlich erklärt werden. Hierzu zählen Ausführungen zu Formen und Funktionen von Kommunikation, die Definition von Schlüsselbegriffen wie „Öffentlichkeitsarbeit“ und „Image“. Ohne den Leser mit theoretischen Ausführungen zu überfordern, konzentriert sich die Autorin auf das Wesentliche. Die Autorin greift in dem Grundlagenteil ebenfalls die Rechtfertigungsnot für professionelle Öffentlichkeitsarbeit an Schulen auf. Ihre klare Argumentation schwächt die typischen Einwände gegen Veränderungen, wie "Lohnt sich der Aufwand überhaupt?", "Bisher ist es doch auch gut gelaufen" oder "Dafür habe ich nicht auch noch Zeit".

Im praktischen Abschnitt wird die Autorin sehr konkret. Ihre Ausführungen zur externen Kommunikation, Finanzierung und Urheberrechten sind zum Teil zu detailliert. Die Schilderungen zur Erstellung von Pressemitteilungen oder Pressemappen lesen sich wie Kochrezepte. Beim Leser entsteht der Eindruck, dass die Verfasserin sich in Details verliert. So erwähnt sie zum Beispiel, dass Fotos im Format 13x18 sich für Pressemitteilungen am besten eignen, oder eine Adressliste mit relevanten Redaktionsadressen in einem Word- oder Excel-Dokument erstellt werden kann. Diese genauen Anweisungen erwecken den Eindruck, als traue sie dem Leser keine eignen Denkleistungen zu. Im letzten Abschnitt des Buches schildert die Autorin Erfolgsstorys professioneller PR an Schulen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich über Erfüllbarkeit der Ideen sicherlich streiten lässt. Die Vorschläge der Autorin zur Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit an Schulen sind sehr gute Anregungen zur Verbesserung der Kommunikation nach Innen und Außen, aber inwieweit diese realisierbar sind müssen die jeweiligen Schulen selbst entscheiden.

