



Der gute Ruf einer Schule kommt nicht von allein. Das Kollegium muss sein Engagement auch der Öffentlichkeit mitteilen.

Klappern gehört zum Handwerk

Mit einem Tastendruck erscheinen Fotos seiner Schule auf dem Bildschirm, darunter: Noten für sein Kollegium und ihn selbst, den Schulleiter. „Das stimmt“, sagt Karl W. Schröder und weist auf eine wenig schmeichelhafte 3,8 in der Kategorie „Essensmöglichkeiten“. „Wir haben leider noch keine Mensa“, erklärt er. Mit den anderen Bewertungen auf „Schulradar“ kann der Rektor dagegen gut leben, auch wenn er die Internet-Seite eigentlich skeptisch sieht: Die „Lehrkräfte“ der Schule wurden im Schnitt mit 1,5 beurteilt, „Individuelle Förderung“ be-

kam eine 1,3, „Schulklima“ eine 1,2 und „Schulleitung“ gar eine 1,1. „Alles in bester Ordnung“, schrieb ein anonymer Kommentator dazu. Kein Zweifel, das Carl-Fuhlrott-Gymnasium in Wuppertal, benannt nach dem Entdecker des Neandertalers, ist eine Schule mit hervorragendem Ruf.

Den verdankt sie keineswegs dem Zufall, sondern einem ausgefeilten pädagogischen Programm – und gezielter Öffentlichkeitsarbeit. „Unser Schulentwicklungsprozess ist ganz eng mit Öffentlichkeitsarbeit verbunden, das greift ineinander“, sagt Schröder. Anders ausgedrückt: Die Lehrer der Schule sind

mit Engagement dabei, das Schulprogramm umzusetzen, und sie sorgen dafür, dass ihre Aktivitäten auch bekannt werden. Klappern gehört hier zum pädagogischen Handwerk.

Entsprechend lang ist die Liste mit Zeitungsartikeln über die Schule, die in den vergangenen Jahren erschienen sind: Mehr als 200 weist das Archiv auf, darunter eine große Reportage der „Zeit“. Eine Woche lang, so erinnert sich Schröder, begleiteten ein Redakteur und ein Fotograf der Wochenzeitung den Alltag der Schule, besuchten den Unterricht, saßen mit in Konferenzen, sprachen mit Lehrern, Eltern und Schü-

lern. So viel Transparenz war für manche Pädagogen im Vorfeld dann doch gewöhnungsbedürftig. Schulleitung und Lehrerrat warben für Offenheit und überzeugten die Skeptiker schließlich. Heraus kam ein Bericht, der Probleme nicht verschwieg, aber die pädagogische Arbeit würdigte. Das Carl-Fuhlrott-Gymnasium wurde auf einen Schlag deutschlandweit bekannt und erntete Anerkennung in seiner Nachbarschaft. „Seitdem ist allen klar: Wir müssen uns öffnen“, berichtet Schröder. Warum hatte er selbst keine Berührungängste? Der Schulleiter erzählt, dass er vor seiner Pädagogenkariere journalistisch gearbeitet habe, erst als Mitarbeiter einer Tageszeitung, dann in einer Pressestelle. Aha, der Mann ist vom Fach.

„Die Vorstellung, dass Schulen Öffentlichkeitsarbeit betreiben sollen, ist für nicht wenige Lehrer und Schulleiter noch befremdlich“, sagt Christine Bücher. Schon der Begriff scheine nicht zu Schule zu passen und sei deshalb verpönt. Bücher muss es wissen: Die promovierte Kunsthistorikerin, die früher als wissenschaftliche Mitarbeiterin Ausstellungen konzipiert und realisiert hat, betreibt in Dresden die Firma Buntquadrat, eine der bundesweit ersten Agenturen, die Bildungseinrichtungen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit beraten. Zu den Kunden zählen Museen, Hochschulen – und neuerdings auch Schulen. „Die Schülerzahlen gehen deutlich zurück, auch im Westen“, weiß die Fachfrau, die aus dem rheinischen Jülich stammt. In der Folge verschärfte sich der Wettbewerb um Anmeldungen; auch die Erwartungen von Eltern und der allgemeinen Öffentlichkeit an Schulen würden immer größer.

„Die Schulen sind zunehmend darauf angewiesen, ein klares und unverwechselbares Profil zu entwickeln. Sie müssen sich auf ihre Stärken besinnen und diese kommunizieren“, erklärt sie und meint: „Der größte Fehler wäre es, sich den Themen Öffentlichkeitsarbeit und Marketing nicht zu stellen. Dann wird das Bild einer Schule von Gerüchten und Halbwahrheiten bestimmt.“

Oder von Medien wie „Schulradar“: Der Internet-Auftritt, der von Köln aus betrieben wird, ist ein Ableger von „Spickmich“, der umstrittenen Homepage, auf der Schüler anonym einzel-

ne Lehrer benoten. Bei „Schulradar“ bewerten namentlich nicht aufgeführte Schüler und Eltern die Leistungen von ganzen Schulen. „Wir möchten Eltern dabei unterstützen, sich auch darüber zu informieren, was abseits von den offiziellen Verlautbarungen an einer Schule geschieht“, sagt „Schulradar“-Mitarbeiterin Tabea Behrendt. Ein Service, der offenbar gut ankommt: Bundesweit verzeichnet die Plattform seit ihrem Start vor einem halben Jahr bereits rund 50.000 registrierte Nutzer, die Bewertungen abgegeben haben, und 700.000 Besucher, die sich für Ergebnisse interessiert haben. Dass die Online-Kritiker anonym bleiben, ist Behrendt zufolge kein Grund, an der Seriosität der Aussagen zu zweifeln. Im Gegenteil. „Die Kommentare der Eltern sind ehr-



„Journalisten berichten umso korrekter, je mehr sie wissen.“

Sven Gösmann, Chefredakteur der Rheinischen Post

licher, weil sie keine negativen Konsequenzen für ihr Kind fürchten müssen“, sagt sie. Darüber hinaus seien es keinesfalls nur Nörgler, die das Forum nutzen. So gebe es nur wenige Schulen, die durchweg negativ beurteilt worden seien.

„Schule ist ein Thema, das fast alle Menschen betrifft – Kinder, Eltern, Großeltern, Firmenchefs. Es ist außerdem ein emotionales Thema, ein Thema also, mit dem sich viele Gefühle verbinden lassen.“ So erklärt

Sven Gösmann, Chefredakteur der Rheinischen Post, das wachsende Interesse der Öffentlichkeit an Berichten über Schule. Warum ist die Neugier heute erkennbar größer als früher? Sicher habe der PISA-Schock und die damit verbundene Sorge von Eltern um die Zukunft ihrer Kinder dazu beigetragen, das Thema Bildung nach vorne zu rücken, meint Gösmann. Darüber hinaus hat sich ihm zufolge aber auch die journalistische Sicht auf Schule verändert: Sei in Zeitungen früher fast nur über Institutionen wie Ministerien und Bezirksregierungen berichtet worden, stehe heute zunehmend die Schule aus der Nachbarschaft im Blickpunkt, samt den Menschen, die darin lehren und lernen. Tatsächlich finden zunehmend umfang- und detailreiche Schulporträts in den Lokalteilen der Tageszeitungen Platz, auch in denen der Rheinischen Post.

Wie steht es mit der Offenheit von Schulen der Presse gegenüber? „Früher war es ganz schwierig, in den Unterricht zu kommen. Mittlerweile haben sich viele Schulen bewegt. Allerdings fehlt häufig das Know-how, wie man Dinge richtig vermittelt“, antwortet der Medien-Profi. Bei unliebsamen Themen etwa gebe es häufig immer noch den Reflex, Informationen zurückzuhalten. „Dabei berichten Journalisten umso korrekter, je mehr sie wissen.“ Auch mangle es mitunter an Verständnis für die Bedürfnisse des Gegenübers. So seien die Reporter darauf angewiesen, schnell Gesprächspartner zu finden. „Wer Tage braucht, um eine Anfrage zu beantworten, darf sich nicht wundern, wenn die Redaktion auf Schulen zugeht, die schneller und piffiger reagieren“, sagt Gösmann.

„Zeugnisse“ für Schulen

„Schulradar“ ist nicht der einzige Versuch, Noten an Schulen zu vergeben. Das Eltermagazin „Focus Schule“, ein Ableger des Nachrichtenmagazins „Focus“, betreibt seit kurzem eine Schuldatenbank unter www.schulkompass.de. Gestartet ist das Projekt mit einer groß angelegten Umfrage an über 7000 Schulen bei Elternvertretern, Schulleitern, Lehrern und Schülern, etwa zum Zustand des Schulgebäudes oder zum Schulklima. Immerhin: Von bundesweit 1300 Schulen kamen bislang Antworten. Über sie lassen sich online „Zeugnisse“ einsehen, die etliche Kategorien umfassen – vom Engagement der Lehrer, über das „Konflikt-Management“ an der Schule bis hin zum Preis für Pausensnacks.

Eine Veröffentlichung von anonymen Kommentaren ist im „Schulkompass“ nicht vorgesehen – anders als bei „Schulradar“: Hier können Nutzer frei und ungefiltert Dampf ablassen. Lediglich bei Beschwerden etwa über Beleidigungen schreitet die Redaktion ein und nimmt Texte von der Seite. Die Macher verweisen auf die Möglichkeit für Schulen, ihrerseits Darstellungen des pädagogischen Angebots einzustellen. „Gleiches Recht für alle“, heißt es.

SchulRadar