

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND FUNDRAISING

MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN AN DER IGS WINSEN-ROYDORF

BESCHLUSS DER PLANUNGSGRUPPE VOM 26.05.2011

IGS Winsen-Roydorf
Rämenweg 5-9
21423 Winsen
www.igs-winsen.de
info@igs-winsen.de

Inhalt

Abschnitt	Seite
1. Ausgangslage und Rahmendaten	2
2. Was heißt hier „Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising“?	4
3. Strategische Zielsetzung: Was soll erreicht werden?	4
4. Und was wir nicht erreichen wollen	5
5. Handlungsfelder und Maßnahmen	5
6. Schritte zur Umsetzung	6
7. Anhaltspunkte und Nachweise erfolgreichen Handelns	6
8. Evaluationsplanung	6
9. Literatur	7

1. AUSGANGSLAGE UND RAHMENDATEN

Eine neue Schule kann nicht ohne ihre Umgebung gedacht werden: Sie bezieht sich konzeptionell auf regionale und lokale Gegebenheiten, nutzt Angebote und Infrastruktur der Region und wirkt gleichzeitig auf diese zurück. Damit ist immer die Chance der gegenseitigen Bereicherung verbunden.

Die IGS Winsen-Roydorf als neu gegründete Gesamtschule nimmt zum 01.08.2011 den Schulbetrieb mit sechs Klassen der Jahrgangsstufe 5 auf, von denen eine als Integrationsklasse und eine als Kooperationsklasse geführt wird. Die 157 Schülerinnen und Schüler werden von 16 Lehrerinnen und Lehrern aller Schulformen unterrichtet. Die Genehmigung einer Gymnasialen Oberstufe wird erwartet.

Schon nach wenigen Wochen sind in der Planungsphase der Schule Partnerschaften mit der Sparkasse Harburg-Buxtehude (Wirtschaftspate und Finanzpate), dem TSV Winsen, der Stadtjugendpflege der Stadt Winsen und dem Jugendamt des Landkreises Harburg entstanden (hier jeweils AG-Angebote). Die IGS Winsen betreibt seit dem 20.01.2011 eine Webseite, die eine eigene Rubrik für die Logos externer Partner ausweist. Im Januar und im April 2011 sind Pressemitteilungen über die entstehende Schule an einen festen Verteiler von Zeitungen gegangen und haben jeweils zu umfangreicher Berichterstattung geführt („Hamburger Abendblatt“; „Harburger Anzeigen und Nachrichten“, „Elbe Geest-Wochenblatt“, „Winsener Anzeiger“). Die Presseberichterstattung der Schule wird wiederum auf der Schulwebseite dokumentiert.

Die parallel zur sukzessiven Einführung der IGS auslaufende Realschule arbeitet mit der IGS in mehreren Bereichen hervorragend zusammen (u.a. Klassenpaten und Konfliktlotsen, Schulbibliothek). Als Schule mit langer Tradition ist die Realschule in Roydorf und Winsen sehr gut vernetzt. Der Schulverein der RS wird im Schuljahr 2011/12 zum „Verein der Schulen am Rämeweg“ weiterentwickelt. Er betreibt eine aktive Mitgliederwerbung über einen Flyer und den Besuch von Elternabenden, organisiert das "Catering" bei Veranstaltungen, hält ein eigenes Kursangebot für Schüler/innen außerhalb der Unterrichtszeit vor, betreibt drei AG (Band, Theater, Percussion) und organisiert Schulkleidung.

Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising berühren wesentliche Aspekte von Schulqualität. Konsequenter stellt der Orientierungsrahmen „Schulqualität in Niedersachsen“ in mehreren Qualitätsmerkmalen entsprechende Bezüge her: Das Teilmerkmal 1.4.2. („Öffentliche Wahrnehmung und Wirksamkeit“) trägt der Bedeutung des Schulimage Rechnung und weist gleichzeitig auf die Rückwirkung schulischer Qualität auf die Region hin. In ähnlicher Weise definiert das Merkmal 2.2.3. im Rahmen von „Persönlichkeitsentwicklung“ als Anforderung „Offenheit für Herausforderungen der Zukunft und Verantwortung für die Gesellschaft“.

Wichtigstes Qualitätsmerkmal für das Handlungsfeld „Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit“ ist jedoch das Merkmal 3.4. „Kooperation mit Schulen, Betrieben und anderen Partnern“, das in allen seinen Teilmerkmalen relevant erscheint:

- 3.4.1. Kooperation mit Schulen und anderen Bildungseinrichtungen im lokalen und regionalen Umfeld;
- 3.4.2. Zusammenarbeit mit den Betrieben im Bereich der Berufsausbildung;
- 3.4.3. Verankerung der Schule im gesellschaftlichen Umfeld durch Kooperation mit außerschulischen Partnern;

- 3.4.4. Nationale und internationale Kooperation mit Schulen und außerschulischen Partnern.

Weiterhin hebt das Teilmerkmal 4.1.6. die „Öffentlichkeitsarbeit“ als Teil der „Führungsverantwortung der Schulleitung“ hervor und das Teilmerkmal 6.3.1. die Bedeutung des „Engagements der Schule in ihrem Umfeld“.

Das Leitbild der IGS Winsen-Roydorf – am 15./16. März 2011 mit externer Moderation einer Schulentwicklungsberaterin entwickelt – formuliert im vierten Leitsatz ausdrücklich Werte, aus denen sich direkte Aufträge für die Öffnung von Schule zum gesellschaftlichen Umfeld ergeben.

Wir sind eine offene Schule.

Wir beziehen außerschulische Partner in unsere Ganztagschule ein.

Wir beteiligen uns an kulturellen Aktivitäten der Stadt und der Gemeinden.

Unserer Schule sind internationale Kontakte wichtig.

Aus den beschriebenen Daten und Werten ergibt sich der Auftrag zur aktiven und konzeptionell geklärten Gestaltung des Handlungsfeldes „Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising“.

Dabei sind gegebene rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten, insbesondere

- die Richtlinie zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung in der Landesverwaltung (Antikorruptionsrichtlinie) als Beschl. d. LReg. v. 16.12.2008;
- die entsprechenden dienstrechtlichen und strafrechtlichen Regelungen in § 78 NBG (Annahme von Belohnungen und Geschenken) und §§ 331 u. 332 StGB (Vorteilsnahme und Bestechlichkeit);
- der Runderlass des MK vom 10.01.2005 über „Wirtschaftliche Betätigung, Werbung, Informationen, Bekanntmachungen und Sammlungen in Schulen sowie Zuwendungen für Schulen“ (Zulässigkeit von Aktivitäten, die dem Bildungsauftrag der Schule zuzurechnen sind, Einzelfallentscheidung der Schulleitung, Zustimmungspflicht des Schulträgers bei Spenden, die Folgekosten verursachen könnten, Recht der Schulen zur Ausstellung von Spendenbescheinigungen);
- die Aufgabe des Schulvorstands nach § 38a NSchG, Grundsätze für die Werbung und das Sponsoring in der Schule festzulegen;
- § 83, Abs. 4 der „Niedersächsischen Gemeindeordnung“ (Entscheidung des Kreistags über die Annahme von Spenden über 2000 € und des Kreisausschusses bei Spenden über 100 €, sofern diese für Zwecke des Schulträgers verwendet werden, z.B. sächliche Ausgaben oder Lehrmittel);
- sowie steuerrechtliche Bestimmungen (bei Umsätzen über 30678 € p.a. Betrieb gewerblicher Art) und wettbewerbsrechtliche Bestimmungen (Chancengleichheit der Unternehmen).

Bedarflagen für „Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising“ ergeben sich in den Schuljahren 2011/12 und 2012/13 vor allem in den folgenden drei Bereichen:

- als neu gegründete Schule wird sich die IGS Winsen-Roydorf ein positives Image am Ort erst erarbeiten müssen;

- als „Offene Ganztagschule“ benötigt die IGS Winsen-Roydorf Kooperationspartner zur Gestaltung von AG-Angeboten;
- als neu gegründete Schule mit zunächst geringer Vollzeitlehrer-Stellenzahl und entsprechendem Basis-Budget benötigt die IGS Finanzpaten zur Umsetzung mehrteiliger Qualifizierungsmaßnahmen („Didaktik der Vielfalt“, „Ausbildung von Mediatoren“).

Erst in den dann folgenden Schuljahren 2013/14 und 2014/15 ist eine Schwerpunktverlagerung in die Bereiche „Berufsorientierung“ und „Internationale Kontakte“ zu erwarten.

2. WAS HEIßT HIER „ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND FUNDRAISING“?

Öffentlichkeitsarbeit betrifft alle systematischen Formen der gestalteten Außendarstellung einer Organisation. Dazu gehört die Zusammenarbeit mit Medien ebenso wie die Erstellung und Herausgabe eigener Veröffentlichungen und die Planung und Durchführung von Veranstaltungen, sofern diese u.a. das Ziel einer positiven Außendarstellung verfolgen. Ein positives Schulimage wird im schulischen Qualitätsmanagement einerseits als „Ergebnis“ gesehen, andererseits als Voraussetzung etwa für die Anwahl einer Schule oder den Gewinn von Partnerschaften.

In engem Zusammenhang damit steht Fundraising als Kapitalbeschaffung einer Nonprofitorganisation („Fundraising is friendraising“). Hierbei wird aus Sicht der Partner unterschieden zwischen der **Spende** als freiwillige und unentgeltliche Wertabgabe im Sinne eines Vermögensopfers ohne eine Gegenleistung und dem **Sponsoring** als Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-How, um damit u.a.

Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen. Nach dem Sport-, Kultur- und Sozialsponsoring rangiert das Bildungs- und Wissenschaftssponsoring in der Bundesrepublik z.Zt. auf Rang 4. Befragungen zum Thema Schul-Sponsoring zeigen, dass Einstellungen und Haltungen zu diesem Thema stark von Sachkenntnissen abhängen (Abb. 1).

Generell geht es beim Fundraising nicht vorrangig um das Beschaffen von Geld, sondern um das Bewirken von Veränderungen: „Fundraising is the gentle art of teaching the joy of giving“ (Henry A. Rosso).

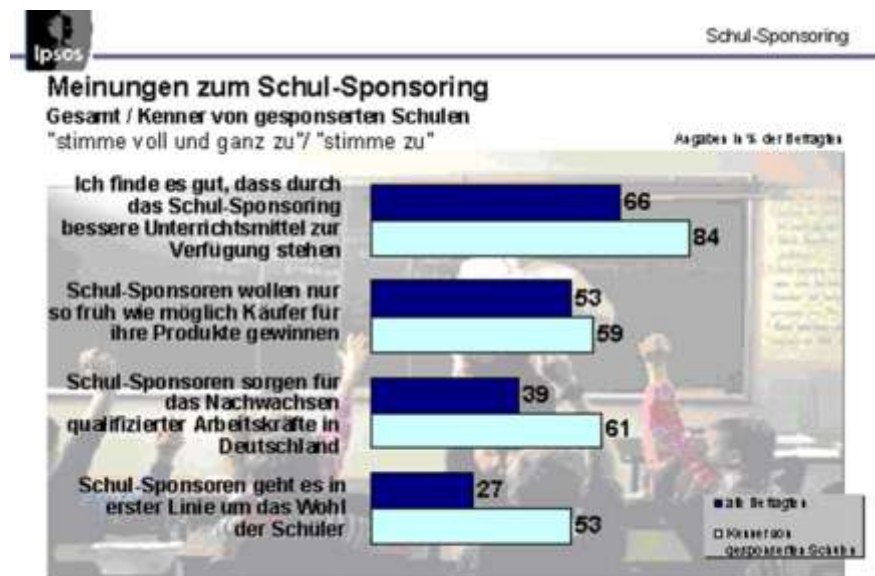


Abb. 2: Meinungen zum Schulsporsoring, Ipsos-Befragung 2006 dunkelblau: alle Befragte – türkis: Kenner von gesponsorten Schulen

3. STRATEGISCHE ZIELSETZUNG: WAS SOLL ERREICHT WERDEN?

- Aufbau einer lokalen / regionalen Vernetzung der IGS in Roydorf und Winsen (positives Image, Öffnung von Schule, soziales / kulturelles Engagement, Außenwirkung);

- Positive Identifizierung aller Schulbeteiligten mit der Schule;
- Nutzung der fachlichen und inhaltlichen Kompetenzen externer Partner für die Gestaltung unterrichtlicher und außerunterrichtlicher Angebote;
- Gewinnung von Partnern für Angebote im Bereich der Berufsorientierung;
- Gewinnung von Finanzpaten zur Umsetzung schulischer Vorhaben.

4. UND WAS WIR NICHT ERREICHEN WOLLEN

Wir schließen aus

- Kooperationen und Partnerschaften mit Unternehmen, deren Ziele oder Angebote im Widerspruch zu den pädagogischen Zielen der Schule stehen. Insbesondere gilt dieses, wenn Produkte oder Dienstleistungen Gewalt verherrlichen, pornografischen Charakter haben, zu politischem Extremismus verleiten oder Suchtgefahren mit sich bringen;
- Formen der Unternehmensrepräsentation, die vorrangig das Ziel des Produktabsatzes verfolgen und insofern mit dem Bildungsauftrag der Schule unvereinbar sind (siehe Erlass „Wirtschaftliche Betätigung, Werbung, Informationen, Bekanntmachungen und Sammlungen in Schulen sowie Zuwendungen für Schulen“);
- Kooperationen, die in Konkurrenz zu bestehenden Partnerschaften der RS Roydorf stehen oder stehen könnten.

5. HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMEN

Zur Erreichung der o.g. Ziele verfolgt die IGS Winsen-Roydorf die folgenden Maßnahmen:

1. Weiterentwicklung einer professionellen Außendarstellung über einheitlich gestaltete Dokumentvorlagen zu Pressemitteilungen, Briefpapier, Flyer, Webseite und Newsletter (Logo und Slogan, Standardmailadresse vorname.nachname@igs-winsen.de, Einholung von Fotogenehmigungen);
2. Bindung von Unternehmen und Organisationen als dauerhafte Partner der gesamten Schule sowie als punktuelle Projektpartner für bestimmte Vorhaben;
3. Kofinanzierung projektbezogener Ausgaben über „Matching-Funds“, bei denen z.B. Schulträger, Schulverein und Sponsoren jeweils ein Drittel des Projektvolumens für einen definierten Zeitraum übernehmen;
4. Regelmäßige „Events“ zur Kontakthanbahnung und -pflege wie Basare, Feste, „Tage der Offenen Tür“ etc. ;
5. Profilklassenbezogene Einladungen von Grundschule und Kindertagesstätten;
6. Systematische Einbeziehung außerschulischer Lernorte in das Unterrichts- und Projektangebot der Schule;
7. Aktives soziales und ökologisches Engagement von Schüler/innen z.B. durch Besuche im Altenheim, Beteiligung an Flurreinigungsaktionen, Anbringen und Reinigung von Nistkästen etc.;

8. Beteiligung an traditionellen Veranstaltungen in der Region (z.B. Deichlauf);
9. Verbreitung des IGS-Logos z. B. über die Herstellung entsprechender Produkte.

6. SCHRITTE ZUR UMSETZUNG

Wer	Was	Bis wann

7. ANHALTSPUNKTE UND NACHWEISE ERFOLGREICHEN HANDELNS

Jedes Konzept muss sich in der Praxis bewähren – und dennoch bereits in der Planungsphase definieren, was Anhaltspunkte und Nachweise erfolgreichen Handelns wären. Das vorliegende Konzept bewerten wir u.a. nach folgenden Indikatoren:

- Die Schule erhält positive Rückmeldungen von Schülerinnen und Schülern, Eltern und Partnern zum Schulimage und den Produkten der Öffentlichkeitsarbeit;
- Kooperationspartner sind mindestens einmal im Schuljahr bei Veranstaltungen persönlich anwesend;
- Bei Veranstaltungen sind Gäste aus dem Ort und der Region und nicht nur Schülerinnen und Schüler und deren Angehörige wahrnehmbar;
- Eine große Anzahl und hohe Qualität der positiven Presseberichterstattung ist feststellbar;
- Die Schul-Webseite wird mindestens wöchentlich aktualisiert und verzeichnet > 1000 Besuche / Monat;
- Aufwand und Ertrag im Handlungsfeld „Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising“ werden von den Akteuren als günstig eingeschätzt.

8. EVALUATIONSPLANUNG

Den Umgang mit Evaluation und Feedback klärt die IGS Winsen-Roydorf in einem eigenen Konzept, das detailliert beschreibt, welche Verfahren und Instrumente die Schule nutzt, um systematisch Informationen und Daten zur Qualität ihrer Prozesse, zu den Ergebnissen und zur Zufriedenheit der Beteiligten zu erhalten und Konsequenzen für Veränderungen daraus zu ziehen. Das vorliegende Konzept lässt sich in diesem Rahmen z.B. evaluieren über

- die systematische Einholung von Rückmeldungen einzelner Schüler/innen und Eltern oder von Teilgruppen und externen Partnern;
- Beobachtungen von Teilnehmer/innen an Veranstaltungen z.B. zur Zusammensetzung des Publikums;
- Dokumentenanalyse der Presseberichterstattung;
- Besucherstatistik der Webseite;
- entsprechende Items in einem Befragungsinstrument, z.B. dem „Lüneburger Fragebogen“;
- Bilanzgespräche zu einzelnen Themen in den Jahrgangsteams;
- die Auswertung vorhandener Daten z.B. zu Übergängen, Abschlüssen, Wettbewerbsteilnahmen.

Die erste umfassende Datenerhebung ist für den Juni 2012 geplant.

9. LITERATUR

Böttcher, Jens Uwe: Geld liegt auf der Straße. Fundraising und Sponsoring für Schulen (= Schulmanagement konkret; 6). München: Wolters & Kluwer 2006.

Stiftung Verbraucherinstitut (Hrsg.): Schulsponsoring heute. Möglichkeiten und Grenzen für die Öffnung von Schule. Praxisbeispiele, Richtlinien, juristische und steuerrechtliche Hinweise und Umsetzungstipps. Berlin: 2001.

Fabisch, Nicole: Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr.... München: dtv 2006²