

Öffentlichkeitsarbeit am Jan-Joest-Gymnasium (Konzept) Stand 2025

Leitsatz: Wir legen besonderen Wert auf eine aktuelle, gemeinsame und identitätsstiftende Öffentlichkeitsarbeit.

Ziele

- Einheitliche Darstellung der Schule in allen Kanälen
- Stärkung des Schulprofils und der Identifikation von Schüler:innen, Eltern und Lehrkräften
- Aufbau und Pflege guter Beziehungen zur regionalen Presse
- Förderung von Informations- und Dialogangeboten für die Schulgemeinschaft
- Qualitätsbewusste und nachhaltige Außendarstellung

Zielgruppen

- Regionale Tageszeitungen & Online-Redaktionen
- Eltern und Erziehungsberechtigte
- Schüler:innen (aktuelle & potenziell künftige)
- Lehrkräfte und Mitarbeitende
- Ehemalige
- Kommunale Entscheider:innen und Kooperationspartner:innen

Kernbotschaften

1. Das JJG als moderner, digitaler Lernort
2. Gemeinschaft und Wir-Gefühl
3. Vielfältige Förder-, Sport- & Kulturangebote
4. Nachhaltigkeit und soziales Engagement
5. Transparenz und Offenheit

Kommunikationskanäle & Maßnahme

Pressearbeit

Ziel: Berichterstattung in Lokalmedien, Imagepflege

Maßnahmen:

- Fotos und Stichpunkte zu besonderen Ereignissen sammeln
- Rohentwürfe für Presseartikel verfassen

- Freigabe durch Schulleitung einholen
- Versand an Redaktionen mit Veröffentlichungsgesuch
- Einladung von Pressevertreter:innen zu Highlights (Tag der offenen Tür, Sportfeste, Konzerte usw.)
- Begleitung vor Ort: Briefing, Empfang, Ansprechpartner:innen

Verantwortlich: Beauftragte/r für Öffentlichkeitsarbeit (+ Sekretariat)

Digital & Social Media

Kanäle: Website, Facebook, Instagram, Newsletter via E-Mail

Ziel: Schnelle, interaktive Information im Alltag

Maßnahmen:

- „News-Shorts“: Kurze Berichte mit Bild auf Homepage
- Social-Posts: Teaser + Call-to-Action (z. B. Umfragen, Kommentarfunktion)
- Story-Highlights für wiederkehrende Formate (Projekte, AGs)

Verantwortlich: Beauftragte/r für Soziale Medien und die Schulhomepage

Schulkleidung

Ziel: Gemeinschaftsstiftung, Werbemittel

Ablauf:

1. Angebotsrecherche fairer Hersteller (OEKO-TEX, Fairtrade)
2. Musterkollektion auswählen (Hoodies, T-Shirts usw.)
3. Bestellung einmal jährlich (i.d.R. im ersten Quartal des Schuljahres)
4. Kontrolle, Sortierung und Verteilung über die Schülersprecher:innen der SV
5. Kommunikation: Bestellformular + Aushang

Qualitätskriterien: faire Produktion, Langlebigkeit, gutes Preis-Leistungsverhältnis

Verantwortlich: Beauftragte/r für Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit der SV

Gestaltung von Flyern

Ziel: Attraktive Einladung und Überblick über das Schulangebot

Flyer zum Tag der offenen Tür

- Alle Fachschaften melden Aktionen bis zu Beginn der Herbstferien
- Gestaltung: grafische Einteilung nach Themenbereichen (Wissenschaft, Kunst, Sport...)
- Druck & Verteilung nach den Herbstferien

Flyer zu den Förderangeboten der 5. und 6. Klasse

- Vorstellung von AGs, Förderkursen, Kooperationspartner, besonderen Angeboten

Flyer zu den Workshops

- Kurzbeschreibungen, Uhrzeiten, Ansprechpartner (i.d.R. die Fächer Kunst, Biologie, Chemie, Physik betreffend)

Verantwortlich: Beauftragte/r für Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit der Erprobungsstufenkoordination als verantwortliche Stelle für den Tag der offenen Tür

Monatlicher Newsletter

Ziel: Überblick über schulische Aktivitäten in einzelnen Fächern oder AGs, die u.U. nicht durch andere Kanäle extern und intern kommuniziert, aber dennoch bekannt und anerkannt werden sollen

Adressaten: Kolleg:innen und Eltern

Frequenz: monatlich bis zweimonatlich

Ablauf:

1. Regelmäßige Zusendung von Kurzbeschreibungen und Fotomaterial;
2. ggfs. Nachfrage an das Kollegium;
3. Gestaltung des Newsletters
4. Versendung per E-Mail-Verteiler

Verantwortlich: Beauftragte/r für Evaluation

Budget & Ressourcen

- Pressefotos: eigene Mitarbeit (kein externes Honorar)
- Social-Media-Tools: Canva (Schullizenz)
- Flyer-Druck: ca. 800 € pro Auflage
- Schulkleidung: vorfinanziert durch Vorbestellungen

Erfolgskontrolle

- Presse-Clippings und Reichweitenanalyse
- Social-Media-KPIs (Reichweite, Interaktionen)
- Feedback-Runden der Verantwortlichen
- Nachfrage & Bestellzahlen Schulkleidung
- Besucherzahlen Tag der offenen Tür

Weitere geplante Maßnahmen

- Regelmäßiger PR-Workshop für Lehrkräfte & Schüler:innen
- Einsatz von Video-Formaten (YouTube-Channel, Instagram Reels)
- Schüler:innen als „PR-Botschafter“ in den Klassen
- Entwicklung eines Styleguides (Logonutzung, Farbschema, Fonts)

Mit diesem Konzept gestalten wir die Außendarstellung des Jan-Joest-Gymnasiums transparent, interaktiv und zielgerichtet – und fördern so das Gemeinschaftsgefühl aller Beteiligten.

[zurück](#)