

Öffentlichkeitsarbeit in der Kita

Standard „Öffentlichkeitsarbeit“ Leitsätze

Öffentlichkeitsarbeit richtet sich an Familien und die interessierte Öffentlichkeit. Wesentlicher Bestandteil der Darstellung der Kindertagesstätte nach innen und außen ist eine zielgerichtete und regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit. Sie berücksichtigt, dass Identifikation und Kommunikation wichtige Steuerungsinstrumente der Einrichtung sind. Öffentlichkeitsarbeit macht die Zugehörigkeit zur Evangelischen Kirche deutlich. In diesem Sinne macht sie transparent, dass der christliche Glauben in der Kindertagesstätte erfahrbar ist. Hauptaufgabe der Öffentlichkeitsarbeit ist Information, Vertrauensbildung und Imagepflege. Die öffentliche Positionierung der EKHN zur Kindertagesstättenarbeit unterstützt die Öffentlichkeitsarbeit der Kindertagesstätten.

Was gehört zur Öffentlichkeitsarbeit in der Kindertagesstätte?

- Ein Leitbild
- Die Konzeption
- Die eigene Arbeit nach außen und innen transparent und nachvollziehbar machen
- Ein offener Dialog mit allen relevanten Zielgruppen
- Regelmäßig über die Kita berichten
- Eine gute Kommunikation im Team
- Ein funktionierendes Krisenmanagement, das Probleme rechtzeitig angeht
- Die Bedürfnisse der Kinder und Eltern als Kunden ernst nehmen
- Professionelle Gestaltung von Kommunikationsmedien

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit ist: Die Arbeit transparent machen

- Eine seriöse Öffentlichkeitsarbeit verspricht nur das, was sich auch halten lässt.
- Gute Öffentlichkeitsarbeit nimmt die Zielgruppe in den Blick, versetzt sich in deren Situation und Informationswünsche

Zusammenfassung

Professionelle Öffentlichkeitsarbeit soll,

- inhaltlich (was erzählen wir)
- formal (wie erzählen wir es bzw. in welcher Form?) und
- auf die Zielgruppe (wem erzählen wir es?) ausgerichtet sein.

Folgende Merkmale zeichnen sie aus:

- Sie findet ständig statt
- Sie erzeugt ein Bild der Kita
- Sie vermittelt Informationen
- Sie macht Ziele Grundsätze und Ansprüche der Arbeit transparent.

Man kann nicht nicht Öffentlichkeitsarbeit leisten

Indirekte Öffentlichkeitsarbeit

- das Team als Aushängeschild der Kita (Corporate Identity)
- Gebäude, Einrichtung und Dekoration verschaffen bleibende Raumeindrücke
- das Erscheinungsbild (Corporate Design)

Wer wahrgenommen werden will muss erkennbar sein.

Direkte Öffentlichkeitsarbeit

- Gespräche
- Konzeption (Standard Konzeption Qualitätsfacetten)
- Flyer
- Kitazeitung, Homepage, Newsletter
- Filme, Fotos
- Schaukasten
- PresseInformationen
- Beiträge in der Fachpresse
- Veranstaltungen und Feiern
- Fundraising (Merkblatt Fundraising)

Auf den Kommunikationsmix kommt es an

Keine falschen Versprechungen machen

Wahrheit und Ehrlichkeit sind die obersten Gebote der Öffentlichkeitsarbeit. Ihre Kommunikation muss aufrichtig sein, denn Sie wollen Akzeptanz und Vertrauen schaffen und das braucht Glaubwürdigkeit. Wer mehr vorgibt als er ist und kann, wird sich auf Dauer nicht glaubwürdig präsentieren und langfristig kein Vertrauen gewinnen. Versprechen Sie auf Ihren Image-Broschüren und Info-Flyern also nichts, was Sie nicht halten können. Gehen Sie sorgfältig mit Zusagen um, wie: Wir sind jederzeit erreichbar, immer für Sie da, haben stets ein offenes Ohr. Was Sie im Alltag nicht einlösen können, schreiben Sie auch nicht.

Lindner, Ulrike (2008). Wirkungsvolle Eltern- und Öffentlichkeitsarbeit für die Kita. Mühlheim: Verlag an der Ruhr.