

Workshop

Mehr Sichtbarkeit erlangen –
Öffentlichkeitsarbeit für soziale Initiativen am
Beispiel des Bildungsprojekts Das andere SchulZimmer

startsocial-Stipendientag 2026

Ute Schnebel



Persönlicher Hintergrund: Ute Schnebel

- Wissenschaftliche Mitarbeit:
Masterstudiengang Straßenkinderpädagogik
an der Pädagogischen Hochschule Heidelberg
- Mitentwicklung und Leitung: Straßenschule Mannheim
- Gründung des anderen SchulZimmers
- Leitung mit Charlotte Scheriau



- Kernteam des anderen SchulZimmers

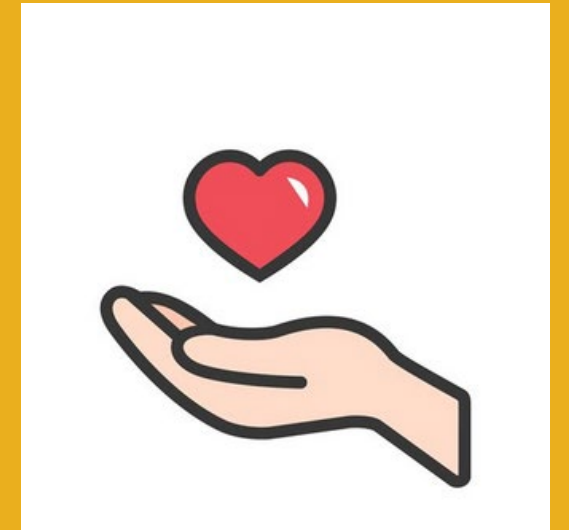
Eckdaten: Das andere SchulZimmer



- **Gründung: 02. Oktober 2018**
- **Zielgruppe: Junge Menschen im Alter von 15 bis 27 Jahren, die aus dem Schulsystem herausgefallen sind und in schwierigen Lebenssituationen stecken**
- **Besonderes Konzept: Individuell zugeschnittene Bildungsangebote zur Vorbereitung auf einen Hauptschul- oder Realschul-Abschluss über eine Schulfremdenprüfung in Baden-Württemberg**
- **Ziel: Höchstmöglicher Schulabschluss und erfolgreicher Berufseinstieg**

Finanzierung

- Spenden (Firmen, Privatpersonen, Serviceclubs)
- Stiftungen
- Wettbewerbe
- Öffentliche Mittel (Stadt Mannheim)



Ablauf



1

Einstiegsfragen an die Teilnehmenden

2

Das andere SchulZimmer & Öffentlichkeit

- Was verstehen wir unter Öffentlichkeitsarbeit?
- Ausgangssituation: Gründung 2018
- Das erste Jahr
- Wachstumsphase mit Meilensteinen
- Zusammenfassung

3

Einzelarbeit

- Erarbeitung einer Strategie für die eigene Öffentlichkeitsarbeit 2026

4

Gruppenarbeit

- Vorstellen der Strategie in Kleingruppen
- Vorstellen einzelner Strategien in der Großgruppe

5

Abschluss- und Feedbackrunde

5 Einstiegsfragen an die Teilnehmenden

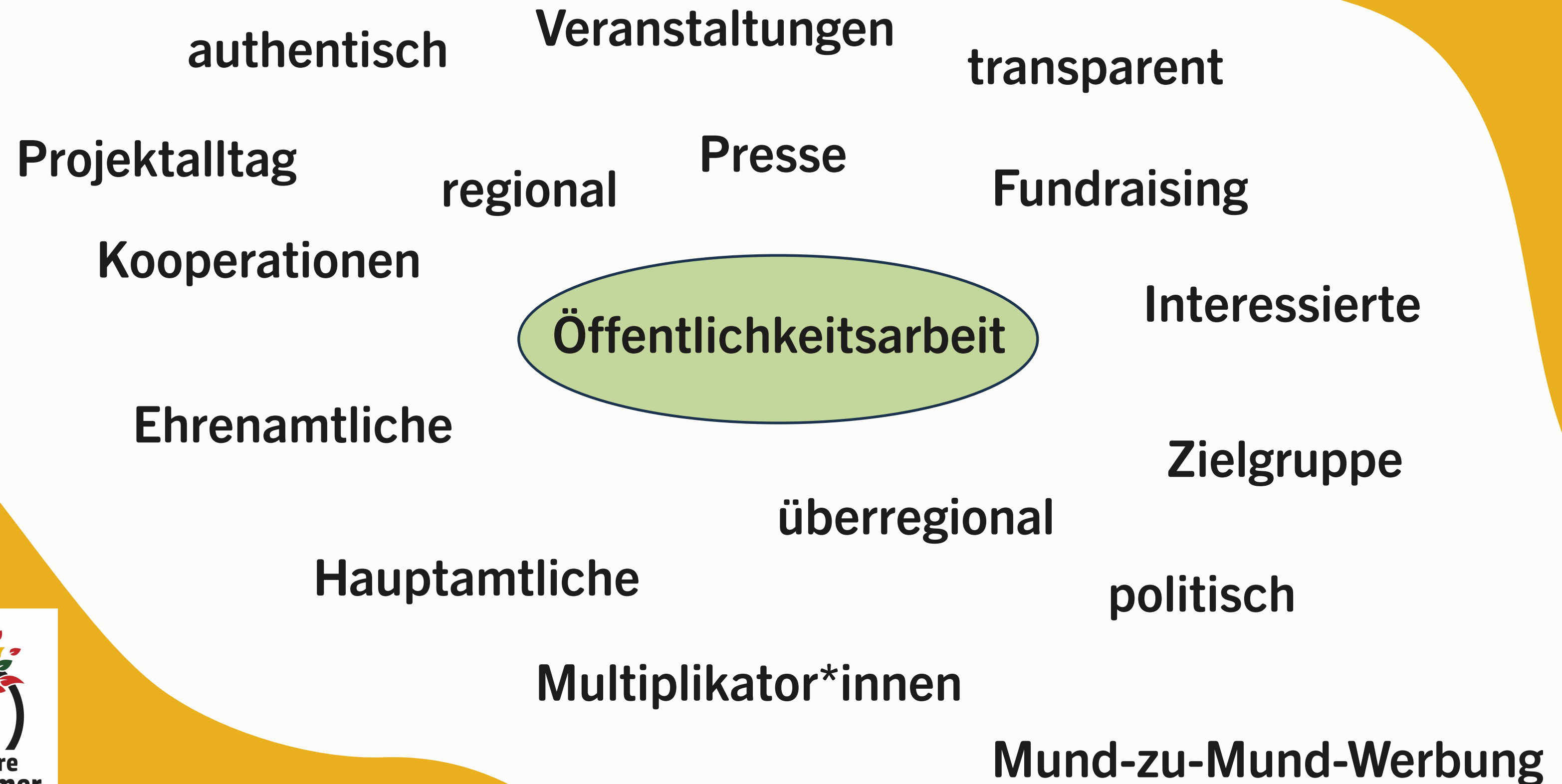


- **Wie lange gibt es eure Initiative?**
Mehr als 2 Jahre – Weniger als 2 Jahre
- **Wie viele Engagierte seid ihr aktuell?**
Weniger als 5 – 5 bis 10 – Mehr als 10
- **Wie viel Öffentlichkeitsarbeit macht eure Initiative bis jetzt?**
Viel – Etwas – Gar keine
- **Wie ist Öffentlichkeitsarbeit bei euch organisiert?**
**Eigenes Öffentlichkeitsarbeits-Team – Eine konkrete Ansprechperson –
Läuft so mit**
- **Wie ist eure eigene Erfahrung mit Öffentlichkeitsarbeit?**
Viel – Etwas – Gar keine

Das andere SchulZimmer & Öffentlichkeit

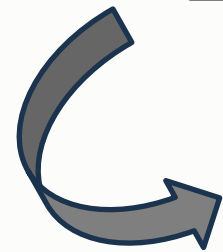


Was verstehen wir unter Öffentlichkeitsarbeit?



Ausgangssituation: Gründung 2018

- Gründerin (etwas Erfahrung)
Einige Ehrenamtliche (keine Erfahrung)
Eine Schülerin (Bloggerin)



Tipps

- Eigene Ressourcen analysieren: Was ist bereits da? An was kann man anknüpfen? Was kann man direkt nutzen?
- Bereits vorhandene Kontakte sammeln, anschauen und zuordnen
- Wie groß ist das Team? Wer kann was im Team? Ausschau halten nach Menschen, die bei Öffentlichkeitsarbeit unterstützen können



Öffentlichkeitsarbeit von Anfang an so gut wie möglich mitdenken im Projektalltag



Das erste Jahr

Die ersten Schritte:

1. Voraussetzungen geschaffen für Kommunikation und Sichtbarkeit

- Homepage
- Email-Verteiler
- Facebook-Account

2. Kommunikation gestartet

- Emails an alle vorhandenen Kontakte mit Verweis auf das neue Projekt und seine Homepage
- Neue Kontakte recherchiert und angeschrieben
- Persönliche Facebook-Kontakte aufmerksam gemacht auf SchulZimmer-Account
- Neue Facebook-Kontakte hergestellt

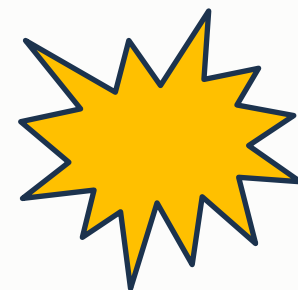


Das erste Jahr

Unsere Learnings:

- ☹️ Start war schwieriger, zäher und anstrengender als gedacht
- ☹️ Viel Energie gekostet auf vielen Ebenen
- 😊 Feedback und Zuspruch hat gut getan
- 😊 Durchhalten lohnt sich, man wird belohnt

Erster Meilenstein



Die ersten beiden Schüler*innen
haben ihren Schulabschluss
geschafft





Das erste Jahr

Tipps

- Kommunikation – Kommunikation – Kommunikation:
 - ➔ Schnell und verbindlich reagieren auf Nachrichten und Anfragen
 - ➔ Immer mit Sorgfalt kommunizieren, aber nicht zu perfektionistisch
- Strategie erstellen (abhängig von Ressourcen)
- Nicht zu viel planen (da wenig Zeit), eher improvisieren
- Chancen, die sich bieten, direkt nutzen
- Vor allem: Projekt so gut vorantreiben, dass es Ereignisse und erste Erfolge gibt, von denen man berichten kann

Wachstumsphase mit Meilensteinen

- Ab dem zweiten Jahr deutlich Bewegung auf allen Ebenen gespürt: Mehr Schüler*innen, mehr Anfragen, mehr Ehrenamtliche, mehr...
- Bewerbungen bei allen uns bekannten Wettbewerben: Neben Absagen dann diesen ersten Preis im Oktober 2019: 
➔ PRIMUS-Preis der Stiftung Bildung und Gesellschaft
- Einen richtigen Boost hat uns der Förderpenny-Wettbewerb gebracht: 2019 und 2020 zu den regionalen Gewinnern gehört
➔ Durch Abstimmungsaktionen Beteiligte und Interessierte mobilisiert
➔ Hat positive Wirkung auf andere Menschen gezeigt und sie von uns überzeugt

Bundesweite Auszeichnungen



Award 2020

DeloitteStiftung



Wachstumsphase mit Meilensteinen



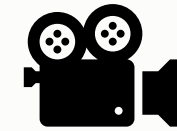
Erfolge öffentlich feiern 😊

➡ In sieben Jahren hat das andere SchulZimmer zu **113** erfolgreichen Schulabschlüssen geführt und weist eine Erfolgsquote von **97** Prozent auf



↗ Wachstumsphase mit Meilensteinen

- Kleine Filme über uns entstanden



➔ Hidden Movers Award 2020

➔ SWR, ZDF, Arte

- Radio und Print/Online



➔ Deutschlandfunk, SWR, Radio Regenbogen

➔ Zeit, Spiegel



↳ Wachstumsphase mit Meilensteinen

Tipps

- Storytelling:

- ➔ Persönliche Geschichten der Zielgruppe

- ➔ Erfolge der Initiative

- ➔ Einzelne Projekte der Initiative

- Öffentlichkeitsarbeit:

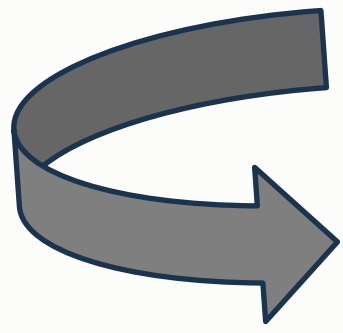
- ➔ Steuerbar: Eigene Beiträge auf Social Media, Homepage

- ➔ Nicht so gut steuerbar: Pressemitteilungen, Film, Radio, Print

↳ Wachstumsphase mit Meilensteinen

Tipps

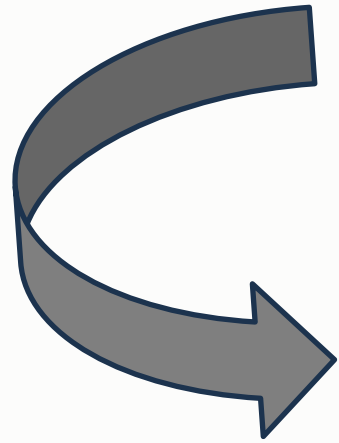
- Alles mitnehmen, was Öffentlichkeit schaffen kann: Wettbewerbe, Abstimmungsaktionen, Erfolge, Veranstaltungen, Projektalltag, ...
- Perfekt, wenn man bald eine Auszeichnung erhält oder einen Preis gewinnt:
 - ➔ Schafft Aufmerksamkeit und Vertrauen
 - ➔ Eigene Reichweite und Sichtbarkeit wachsen
 - ➔ Erhöht Chancen bei weiteren Wettbewerben und Fördermittelgeber*innen
- Wenn es Coaching-Möglichkeiten gibt, unbedingt nutzen!
 - ➔ Eigene Öffentlichkeitsarbeit besser aufstellen und strukturieren
 - ➔ Wir haben unheimlich vom Coaching profitiert, vor allem durch unseren startsocial-Coach Burkhard Höhne  der uns immer noch beratend zur Seite steht und uns sehr voran gebracht hat



Zusammenfassung

● Unsere Learnings:

- ➔ Es gibt die professionelle, technische Seite der Öffentlichkeitsarbeit:
Hier so gut wie möglich werden, aber mit dem Unperfekten leben lernen
- ➔ Alles immer abhängig von den zur Verfügung stehenden Ressourcen
und dem Projektalltag
- ➔ Seine eigene Sprache und Rhythmus finden, authentisch und transparent sein,
gute Geschichten erzählen
- ➔ Am wichtigsten: Tragfähige vertrauensvolle Beziehungen und Netzwerk
aufbauen, gute Kommunikation von allen Beteiligten nach innen und außen



Zusammenfassung

- Ideal für Öffentlichkeitsarbeit:

- ➔ Mix aus verschiedenen Kanälen: Regelmäßig bedienen, aktuell halten
- ➔ Alles nutzen, um nach außen zu treten: Projektnews, Erfolge, ...
- ➔ Versuchen, alle Projektbeteiligte dabei mitzunehmen
(sind Botschafter*innen nach außen)
- ➔ Grundrauschen für das eigene Projekt erzeugen, das man dann gut nutzen kann für Spendenaufrufe, Abstimmungen, ...

Praxisphase

Erarbeitung einer Strategie für die eigene Öffentlichkeitsarbeit 2026

- Ressourcen analysieren
- Zielgruppen analysieren
- Allgemeine Ziele der eigenen Öffentlichkeitsarbeit überlegen
- Projekt-Highlights überlegen
- Welche Geschichten können wir erzählen?
- Meilensteine für 2026 definieren



Vielen Dank für eure
Teilnahme!

