

Fundraisingkonzept

Wir präsentieren uns vielfältig

Wir glauben, dass wir mit unseren schulischen und außerschulischen Angeboten wirklich zeigenswerte Ergebnisse erzielen. Deshalb sucht die SamS auf vielfältige Weise den Weg in die Öffentlichkeit. Das fördert die Identifikation aller Beteiligten mit der Schule, macht bisher Unbeteiligte auf die Schule aufmerksam und ist eine Möglichkeit, uns bei Unterstützern öffentlich zu bedanken.

Medienberichterstattung

Durch unsere außergewöhnlich große Tierfarm und die positiven Effekte, die der Umgang mit den Tieren auf das Sozialverhalten der Schülerinnen und Schüler ausübt, sind wir im Laufe der vergangenen 15 Jahre in vielen bundesweit erscheinenden Printmedien ausführlich vorgestellt worden. Auch Fernseherteams verschiedener TV-Sender besuchten unsere Schule und zeigten den Alltag auf unserer Tierfarm. Auf regionaler und lokaler Ebene suchen wir laufend den Kontakt zu den Redaktionen und laden die Medienvertreter zu unseren Schulfesten ebenso ein wie zu ungewöhnlichen, öffentlichkeitswirksamen Aktionen. Dabei überprüfen wir routinemäßig unseren Presseverteiler, pflegen den persönlichen Kontakt zu Redakteuren und sehen die Medien als wichtigen Partner unserer Öffentlichkeitsarbeit.

Die SamS als Stadt-Teil

Wir verstehen uns als lebendiger, offener und interessierter Teil der Stadt Berlin, des Bezirks Neukölln und des Stadtteils Buckow. Wir sind überzeugt, dass Schule und Bildung in die Mitte des gesellschaftlichen Lebens gehören und dass sich Schule als Ort für Nachbarn und Anwohner öffnen muss. Unsere Schulfeste sind somit auch immer Feste für unsere Nachbarn, die gern uns zahlreich unsere Veranstaltungen besuchen und das Schulgelände beleben. Auf Stadtteil-Festen, wie dem Buckower Adventsmarkt, präsentiert sich die SamS mit einem eigenen Info-Stand, zahlreiche Breitensportvereine nutzen die Sportanlagen der SamS für ihr Training.

Die Vielfalt der Neuen Medien

Die Medienwelt hat sich in den vergangenen zehn Jahren dramatisch verändert. Das Internet mit seinen unendlichen Möglichkeiten der Kommunikation ist fester Bestandteil des Lebens von Eltern und Schülern. Als Schule haben wir intensiv diskutiert, ob und wie die ressourcenschonende Teilhabe auf Kommunikationsplattformen wie Facebook und Twitter aussehen kann und welche Chancen und Risiken diese Kanäle bieten. Wir kamen zu dem Entschluss, dass die Risiken kalkulierbar sind und haben zeitnah Strategien für auftretende Kommunikationskrisen entwickelt und „in der Schublade“ parat. Gemeinsam mit einer Agentur für Kommunikation und Fundraising „befeuern“ wir seit rund einem Jahr eine Schul-Facebook-Seite und einen SamS-Twitteraccount mit schul- und freizeitrelevantem Content. Anfängliche Bedenken auch aufseiten



der Elternschaft wurden ernst genommen und – soweit möglich – durch Info- und Diskussionsveranstaltungen unter dem Titel „Krisengebiet Internet“ aus dem Weg geräumt. Den Schülerinnen und Schülern vermitteln wir eine reflexierende Medienkompetenz ab dem ersten Schuljahr in Unterricht und AGs. Die bisherigen Erfahrungen auf unser verstärktes Engagement innerhalb der Neuen Medien sind ausschließlich positiv. Wir kommunizieren direkter, schneller und ungezwungener mit Eltern, Ehemaligen und Unterstützern der SamS. Durch Analyse- und Feedbacktools überprüfen wir laufend die Wirksamkeit unserer Kommunikation auf diesen Plattformen.

Mit dem Relaunch unserer Homepage www.sams.gs wollten wir ebenfalls verdeutlichen, dass uns die Kommunikation im Internet wichtig ist. Unsere Homepage soll eine virtuelle Visitenkarte sein, unser Motto „Vielfalt leben“ repräsentieren und gleichzeitig ein Serviceangebot für Eltern und Interessenten darstellen.

Unsere Unterstützer: Gelebte Vielfalt

Ohne die vielfältige Unterstützung außerhalb des staatlichen Schulsystems wären wir als Schule nicht in der Lage, sinnvolle und nachhaltige pädagogische Angebote wie Tierfarm und Zirkusarbeit anzubieten. Dabei hat die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, Unterstützern aus der Wirtschaft und nicht zuletzt den Eltern der Schülerinnen und Schülern eine lange Tradition. Der erste Förderverein der SamS wurde bereits drei Jahre nach deren Eröffnung gegründet. Seit über 50 Jahren gibt es also eine Kultur des ehrenamtlichen Engagements.

Förder-vereint: die Eltern

Wenn es um Unterstützung geht, kann sich die SamS auf die Eltern der Schülerinnen und Schüler verlassen. Diese Unterstützung ist vielfältig und geht weit über die zahlende Mitgliedschaft im Förderverein und das Spenden von Geld hinaus. Wir sind stolz darauf, dass sich die Eltern und Mitglieder des Fördervereins stets mit all ihren Fähigkeiten und Kompetenzen in die Arbeit miteinbringen – sei es durch „Manpower“, durch Know-how, durch Kuchenspenden oder handwerkliches Geschick bei Umbauarbeiten.

(Weitere Informationen zum Förderverein unter dem Punkt *Die Vielfalt der Menschen an einer Schule ist ihr größtes Kapital*)

Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit

Um unsere Fundraisingaktivitäten zu professionalisieren und systematisch langfristige (und damit planbare) Unterstützung zu gewinnen, arbeiten wir seit 2008 mit einer externen, bundesweit tätigen Agentur für Schulfundraising zusammen. Gemeinsam haben wir in einem ersten Schritt unsere bisherigen Fundraisingaktivitäten analysiert und Strukturen in Form von Arbeitsgruppen geschaffen, die mittelfristig in die Lage werden sollen, die Aufgaben der Agentur zu übernehmen. Diese Teams setzen sich aus engagierten Eltern und Lehrern, dem Vorstand des Fördervereins und Ehemaligen der SamS zusammen. Mithilfe von Workshops, Trainings und Rollenspielen sowie



Initiativreferaten und Arbeitswochenenden werden sie mit den Grundlagen nachhaltigen Fundraisings vertraut gemacht, lernen die wichtigsten Instrumente des Fundraisings kennen und bekommen ein Gespür dafür, dass systematisches Fundraising viel mehr ist als eine unkoordinierte Spender- und Sponsorenansprache und zwangsläufig mit einer guten Öffentlichkeitsarbeit Hand in Hand geht. Wir arbeiten laufend an der Optimierung unserer Öffentlichkeitsarbeit und sind der Überzeugung, dass auch staatliche Schulen eine „Marke“, mit eigenständigem Profil, einer Positionierung am Markt und einem Alleinstellungsmerkmal sein können, die kommuniziert werden müssen.

Im Laufe der Zusammenarbeit, über die in jährlich stattfindenden Reports vor den Mitgliedern des Fördervereins Bericht erstattet, und über deren Verlängerung jährlich neu entschieden wird, haben wir eine ganze Reihe von Erfolgen verbuchen können.

In einem bundesweit ausgeschriebenen Wettbewerb suchten wir ein neues Logo, das unsere Schule und das Motto „Vielfalt leben“ visuell kommuniziert. Der Siegerentwurf, das stilisierte Samen-Schirmchen einer Pusteblume, vereinigt perfekt die Aspekte Vielfalt, Natur und Zukunft. Er wird seit etwas mehr als einem Jahr benutzt und hat ein positives Feedback von Kindern, Eltern, Lehrern und Außenstehenden bekommen. Die Entscheidung dieses Wettbewerbs, mit einer prominent besetzten Jury, konnten wir zusätzlich in den lokalen Medien platzieren.

In einem folgenden Prozess wurden Hausfarbe, Haus-Typografie und ein für alle Beteiligten verbindliches Wording entwickelt.

Mit kleineren öffentlichkeitswirksamen Guerilla-Marketing-Aktionen versuchen wir die Arbeit an unserer Schule bekannter zu machen, um dadurch letztendlich eine größere und langfristige Unterstützung zu erzielen. Bundesweite Aufmerksamkeit erzielten wir beispielsweise mit einer Aktion, in der wir über Nacht 100 Sonnenblumen in einem der größten Einkaufszentren Berlins aufstellten, die Reaktionen der Passanten filmten und das Video auf youtube.com veröffentlichten.

In der Wahl unserer Fundraisingmaßnahmen, versuchen wir neue, für eine Schule ungewöhnliche Wege zu beschreiten. Zur Finanzierung einer Heizung für das Zirkuszelt haben wir zum Beispiel einen Sponsoren-„Frühlingskalender“ produziert. Ähnlich, wie bei einem Adventskalender konnten die Käufer des Kalenders dem Frühlingsanfang am 20.03.2012 entgegenfieberten und 20 Türchen öffnen. Hinter jedem Türchen gab es von Sponsoren zur Verfügung gestellte Gutscheine. Der Hauptpreis betrug 750 Euro in bar und wurde am 20. März verlost.

Für das kommende Schuljahr planen wir ein Literaturfestival im Schulzelt mit einigen bundesweit bekannten Bestsellerautoren. Das Festival soll in den folgenden Jahren wiederholt werden und zu einer festen Institution im Kulturkalender des Bezirks werden. Auch dies ist ein weiterer Schritt, die SamS noch stärker als bisher im öffentlichen Leben Neuköllns zu verankern und den Bewohnern ein abwechslungsreiches kulturelles Angebot zu machen.



Nicht zuletzt unterstützt uns die Agentur bei Ausschreibungen zu Wettbewerben und Stiftungsanschriften. So konnten wir Ende des vergangenen Jahres eine Einzelspende über 15.000 Euro für die Erweiterung der Schulküche durch SAP erzielen. Weitere Zuwendungen, etwa durch die Neuköllner Bürgerstiftung sind ebenfalls durch die Unterstützung der Agentur generiert worden.