

Imageanalyse als Methode der Öffentlichkeitsarbeit

Finden Sie heraus, was andere von Ihrer Einrichtung halten. Sie erhalten dadurch wichtige Informationen über das Bild, das Sie mit Ihrer Arbeit in der Kindertageseinrichtung nach außen vermitteln. Für die Gewinnung von Neukunden ist es sehr wichtig, zu erfahren, **welches Bild Ihre Einrichtung** in der Öffentlichkeit **zeigt**. Dabei werden Sie vielleicht erstaunt sein: Ihr eigener Eindruck muss sich nicht immer mit der öffentlichen Meinung decken.

In **4 Schritten** können Sie eine **Imageanalyse erstellen**, die Ihnen einen tiefen **Einblick** darin **gibt, wie Ihre Einrichtung** von außen **wahrgenommen wird**.

1. Schritt: Prüfbereiche festlegen

Beginnen Sie damit, teamintern **festzulegen, welchen Blickwinkel** der Öffentlichkeit **Sie überprüfen** möchten. Sie könnten beispielsweise Folgendes überprüfen:

- Image und Ruf Ihrer Einrichtung
- Öffentlichkeitsarbeit und Marketingmaßnahmen
- Mitarbeiterinnen Ihrer Einrichtung
- Gebäude und Außengelände
- Pädagogisches Konzept
- Bildungsangebote für Kinder
- Zielgruppe
- Übernahme von Verantwortung im Stadtteil oder in der Gemeinde
- Vernetzung, Zusammenarbeit und Lobby
- Besondere Angebote

Für diese Bereiche entwickeln Sie Fragen, die Ihnen einen Aufschluss darüber geben, wie Außenstehende Ihre Einrichtung wahrnehmen.

2. Schritt: Erhebungsmethode auswählen

Die interne Sicht ermitteln Sie vermutlich bereits regelmäßig in Form von Eltern- und Mitarbeiterbefragungen. Um die Meinung der Öffentlichkeit zu erkunden, können Sie **für die Analyse** zwischen folgenden **Methoden wählen**.

Fragebogenaktion

Die **Fragebögen** richten sich an Ihr näheres Umfeld. Sie verteilen die Bögen, indem Sie sie **in die Briefkästen** der Bewohner in der Umgebung Ihrer Einrichtung **einwerfen**.

Tonbandbefragung von Passanten

Diese **Befragung** führen Sie **an einem zentralen Ort** in Ihrer Nachbarschaft durch. Einkaufsmärkte, Haltestellen, Familienzentren kommen für eine solche Analyse in Frage. Die Tonbandbefragung können beispielsweise die Erzieherinnen Ihrer Einrichtung mit einigen Kindern gemeinsam durchführen. Oder Sie arbeiten mit einer Fachhochschule der Studienrichtung Soziale Arbeit zusammen und bitten die Studentinnen, z. B. im Rahmen einer Diplomarbeit oder eines Praktikums, die Befragung durchzuführen und auszuwerten.

3. Schritt: Ist-Stand ermitteln

Entscheiden Sie sich für eine bestimmte Form der Erhebung, und **entwickeln Sie einen** speziell auf die Bevölkerungsgruppe zugeschnittenen **Fragebogen, oder entwerfen Sie Fragen**, mit deren Hilfe Sie die öffentliche Meinung auf Tonband aufzeichnen wollen.

Werten Sie die Ergebnisse der Befragung aus, sobald Sie eine aussagekräftige Menge an Fragebögen zurückerhalten oder Tonbandinterviews durchgeführt haben.

Auswertung der rückläufigen Fragebögen

Halten Sie für die Auswertung **einen Blanko-Fragebogen bereit**. Dieser Bogen ist Ihr Auswertungsexemplar. Tragen Sie in dieses eine Exemplar alle Angaben aus den Fragebögen ein, die Sie zurückerhalten haben. So sichern Sie sich auf die Schnelle einen Überblick und bilden sich ein Gesamturteil.

Auswertung des Tonband-Interviews

Antworten, die Sie in Form eines Interviews erhalten, sind weitaus schwerer auszuwerten. Verzichten Sie dennoch nicht auf das Auswerten, sonst liegt Ihnen kein verlässlicher Ist-Stand vor. **Bereiten Sie** sich ein **Formblatt vor**, auf dem alle Fragen vorhanden sind, die Sie im Interview gestellt haben.

Bevor Sie die Ergebnisse aus dem Interview übertragen, **bilden Sie zu jeder** einzelnen **Frage passende Kategorien**, beispielsweise „Ja“, „Nein“, „Weiß nicht“, „Sehr zufrieden“ oder „Zufrieden“, „Nicht zufrieden“ oder „Sehr gut“, „Gut“, „Nicht gut“. Versuchen Sie, die Antworten aus dem Interview in diese Antwortkategorien zu übertragen, dies erleichtert Ihnen die Auswertung erheblich.

Wenn Sie die **Antworten** Ihrer Imageanalyse **ausgewertet haben, liegt Ihnen der Ist-Stand vor**. Sie wissen damit genau, welchen Eindruck Ihre Einrichtung in der Öffentlichkeit erweckt und ob Sie Maßnahmen zur Verbesserung des Images Ihrer Kindertageseinrichtung einleiten müssen.

4. Schritt: Ergebnis prüfen und Verbesserungen einleiten

Besprechen Sie nun teamintern **das Ergebnis**: Nehmen Sie dazu als Grundlage den ermittelten Ist-Stand, und beurteilen Sie gemeinsam, ob Sie mit ihm zufrieden sind. Mit den Einzelergebnissen, bei denen Sie **Verbesserungsbedarf** sehen, gehen Sie kritisch um. Halten Sie sie **schriftlich fest** und **notieren Sie Gegenmaßnahmen**, mit denen Sie die öffentliche Einschätzung in den kommenden 6 Monaten verbessern möchten.

Schreiben Sie beispielsweise:

- Verbesserung des Eindrucks von Außengelände und Gebäude Gegenmaßnahme:
- Erweiterung der Hausmeisterstunden
- Täglich wechselnder Aufräumdienst der Erzieherinnen

Mit einer Imageanalyse kommen Sie an wichtige Informationen. **Sie verbessern Ihre Qualität, indem Sie** unbekannte **Schwachstellen aufdecken und beseitigen**. Durch diese Verbesserungen leisten Sie einen wichtigen Beitrag für das Ansehen Ihrer Einrichtung und damit die Gewinnung potenzieller neuer Kunden.