

‘Denk mee met CSW’

Communicatieplan

Ouderklankbordgroepen

&

ouderbetrokkenheid

Naam:	Anne Adriaansen
Studentnummer:	1531083
Opleiding:	Bedrijfscommunicatie, Hogeschool utrecht
Organisatie:	Christelijke Scholengemeenschap Walcheren S.W. Churchilllaan 8 4333 BC Middelburg
Opdrachtgever:	Jur Heeres hrs@cswalcheren.nl
Afstudeerbeleider:	Paula Borsboom
Datum:	Utrecht, 22 juni 2012

Managementsamenvatting

De Christelijke Scholengemeenschap Walcheren (CSW) is een scholengemeenschap voor voortgezet onderwijs op Walcheren. CSW bestaat uit drie locaties: CSW Van de Perre (Middelburg), CSW Toorop (Middelburg) en CSW Bestevâer (Vlissingen). Verdeeld over deze locaties wordt er op alle niveaus les gegeven. Momenteel heeft CSW zo'n 2670 leerlingen.

Enkele jaren geleden is CSW Van de Perre gestart met ouderklankbordgroepen. Dit zijn geen reguliere ouderavonden, maar avonden waarop CSW dieper ingaat op de school, het onderwijs en het beleid. Tijdens de bijeenkomsten wil CSW van de ouders horen, hoe zij over deze zaken denken. Afgelopen schooljaar is ook CSW Toorop gestart met de klankbordgroepen, maar hier kwam slechts een handvol ouders op af. CSW Toorop wil dit aantal en de betrokkenheid van ouders bij de school vergroten.

Dit communicatieplan is geschreven om de volgende **doelen** te bereiken:

- Ouders/verzorgers meer betrekken bij de school en het onderwijs
- Een grotere opkomst bij de ouderklankbordgroepen in het nieuwe schooljaar
- Het gevoel van betrokkenheid van ouders bij de school vergroten

Daaraan zijn de volgende **communicatiedoelstellingen** gekoppeld:

- In schooljaar 2013-2014 is 85% van de ouders bekend met de ouderklankbordgroepen
- In schooljaar 2013-2014 voelt 45% van de ouders de behoefte om bij de school betrokken te worden
- In schooljaar 2013-2014 neemt 20% van de ouders deel aan de klankbordgroepen

De communicatiedoelstellingen zijn verdeeld in drie categorieën: kennis, houding en gedrag. Kennis gaat over het informeren van ouders, houding over het beïnvloeden van de doelgroep en gedrag over het ondernemen van actie. Deze drie stappen zijn van belang om de communicatiedoelstellingen van CSW te bereiken.

Bij het benaderen van de doelgroep wordt telkens dezelfde boodschap in gedachten gehouden: ouders moeten aan de klankbordgroepen deel gaan nemen. De slogan hierbij is 'Denk mee met CSW'. Om ouders zo effectief mogelijk te bereiken is het van belang dat zij direct en proactief benaderd worden. Het belang en het positieve van hun betrokkenheid moet constant benadrukt worden en er moet op emoties ingespeeld worden. Ouders moeten individueel benaderd worden en dit moet gefaseerd op een multimediale manier gebeuren. Op deze manier voelen ouders zich het meest aangesproken en zullen zij zich eerder bij de school betrokken gaan voelen.

Om de doelstellingen te bereiken is de volgende **strategie** bedacht.

Vergoot kennis over ouderklankbordgroepen door:

- Informatie over de klankbordgroepen in de schoolgids en op de website
- Het belang van goed onderwijs en ouderbetrokkenheid op voorlichtingsavonden en open dagen te vermelden

Vergroot de behoefte om betrokken te worden door:

- Ouders een folder over de klankbordgroepen te sturen
- De folder over de klankbordgroepen op de website te zetten
- Ouders de kans te geven om vragen over de klankbordgroepen te stellen

Spoor ouders aan om aan de klankbordgroepen deel te nemen door:

- Een aankondiging van de klankbordgroepen via e-mail
- Een persoonlijke uitnodiging per post
- Een reminder via e-mail

Door de inzet van een middelenmix zal de doelgroep zo breed en vaak mogelijk bereikt worden. Hierdoor zullen de communicatiedoelstellingen zo snel mogelijk bereikt worden. Alle middelen die ingezet moeten worden zijn momenteel al in gebruik en behoeven dus alleen enkele aanpassingen. Naast een brede inzet van communicatiemiddelen moet CSW:

- ... crossmediaal gaan werken om de boodschap te versterken
- ... een informele sfeer rondom en tijdens de klankbordgroepen creëren
- ... de klankbordgroepen en het communicatietraject evalueren om te kijken of de doelstellingen behaald zijn en verbeteringen voor schooljaar 2013-2014 te ontdekken

Inhoudsopgave

Inleiding	6
1. Probleemomschrijving	7
2. Situatietanalyse	8
2.1 Interne analyse	8
2.1.1 CSW als organisatie	8
2.1.2 Leerroutes	9
2.1.3 Meer dan les alleen	10
2.1.4 Missie, visie, kernwaarden en strategie	10
2.1.5 Imago en identiteit	11
2.1.6 Huisstijl	11
2.1.7 Communicatiemiddelen	12
2.1.8 Tone of voice	12
2.2 Externe analyse	13
2.2.1 Onderwijsmarkt en concurrentie	13
2.2.2 (Potentiële) leerlingen	13
2.2.3 (Potentiële) ouders	14
2.2.3.1 Ouderklankbordgroepen	15
2.3 SWOT-matrix	15
2.4 Kernprobleem en doelstellingen	17
3. Communicatieanalyse	18
3.1 Actorenanalyse	18
3.2 Huidige communicatiemiddelen	19
3.2.1 Communicatie met doelgroepen	19
3.2.2 Communicatiemiddelen	20
4. Communicatiestrategie	23
4.1 Kennis, houding en gedrag	23
4.1.1 Kennis vergroten	23
4.1.2 Houding veranderen	23
4.1.3 Gedrag veranderen	24
4.2 Communicatiedoelen	24
4.3 Doelgroepen benaderen	25
4.4 Boodschap	26
4.5 Strategie	27

4.6 Middeleninzet	27
4.6.1 Communicatiekanalen en -middelen	28
4.6.2 Algemene adviezen	30
5. Organisatie en evaluatie	32
5.1 Planning en werkwijze	32
5.2 Begroting	34
5.3 Evaluatie	35
Geraadpleegde literatuur	37
Bijlagen	38
I. Onderwijsvormen uitgelegd	39
II. Vooraankondiging klankbordgroepen	41
III. Uitnodiging klankbordgroepen	42

Inleiding

Hierbij presenteer ik het communicatieplan over ouderklankbordgroepen en -betrokkenheid dat ik in opdracht van de Christelijke Scholengemeenschap Walcheren te Middelburg heb geschreven. Deze scriptie is geschreven ten behoeve van mijn afstuderen in Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht.

Het communicatieplan begint met een probleemomschrijving, gevolgd door een situatieschets bestaande uit een interne en externe analyse. Hierna volgt een communicatieanalyse waaruit een communicatiestrategie wordt bepaald om de beschreven doelstellingen te behalen. Het communicatieplan eindigt met een uitwerking van de uitvoer van de communicatiestrategie.

Deze opdracht was voor mij een flinke uitdaging. Allereerst omdat mijn afstudeertraject al een jaar langer duurt dan gebruikelijk, maar ook omdat het schrijven van een communicatieplan niet veel in onze opleiding is voorgekomen. Tijdens dit traject heb ik een hoop kennis uit de afgelopen vijf studiejaren opgehaald, maar ik heb ook nog veel dingen geleerd. Ook heb ik mezelf af en toe een spreekwoordelijke schop onder mijn kont moeten geven om door te blijven gaan. De opdracht en begeleiding werkten motiverend en zo heb ik het afstudeertraject toch kunnen afronden.

Hopelijk kan ik met deze scriptie mijn studietijd afronden en mijn opgedane kennis in de praktijk gaan brengen. Ik kijk ernaar uit.

Anne Adriaansen,

22 juni 2012



Opdrachtomschrijving

Vrijwel elke middelbare school organiseert ouderavonden, een avond waarop de school aan ouders van leerlingen laat weten hoe het met hun kind en de school gaat. Ook de Christelijke Scholengemeenschap Walcheren organiseert deze ouderavonden. Echter, naast het informeren van ouders wil CSW zowel ouders als leerlingen betrekken bij de school en van hen horen hoe zij over de school en het onderwijs denken. Hiervoor worden zogeheten klankbordgroepen georganiseerd. Dit communicatieplan richt zich op de betrokkenheid van de ouders, op de leerling-klankbordgroepen wordt verder niet ingegaan. Met de in dit rapport besproken klankbordgroepen worden de ouderklankbordgroepen bedoeld, tenzij anders vermeld.

Elke locatie van CSW organiseert zijn eigen klankbordgroepen. Per locatie verschilt het aantal klankbordgroepen. Gemiddeld ligt dit rond de drie á vier bijeenkomsten van klankbordgroepen per locatie, waarbij elke klankbordgroep uit ouders van leerlingen uit verschillende leerjaren en meerdere niveaus. Elke klankbordgroep komt in ieder geval een keer per jaar bij elkaar.

De klankbordgroepen richten zich op de mening van de ouders over de school, het onderwijs en beleidsvorming. CSW wil van de ouders antwoord op vragen als 'Wat vindt u van het gebruik van mobiele telefoons?', 'Wat vindt u van het rookbeleid?' en 'Wat vindt u van de wijze waarop wij onze identiteit vormgeven?'.

Ouders ontvangen enkele weken van tevoren een brief met een vooraankondiging voor de klankbordgroepen. Hierin wordt het doel van de klankbordgroepen uitgelegd en worden de data van de verschillende klankbordgroepen aangekondigd. Vervolgens ontvangen de ouders nog een brief, met daarin de uitnodiging voor de klankbordgroepen en de link naar de website waar zij zich kunnen aanmelden.

De klankbordgroepen zijn niet op elke locatie een even groot succes gebleken. Op CSW Toorop (VMBO/MAVO-locatie in Middelburg) werd de laatste klankbordgroep voor de onderbouw van het VMBObk/LWOO door slechts een handvol ouders bezocht. Ouders zijn lastig te enthousiasmeren en de ouderbetrokkenheid is niet erg groot.

CSW Toorop zal haar communicatiestrategie aan moeten passen, om de betrokkenheid van ouders bij de klankbordgroepen te vergroten. Om dat doel te bereiken is voor CSW dit communicatieplan opgesteld.

Dit hoofdstuk bevat een situatieanalyse bestaande uit een interne analyse en een externe analyse waaruit een SWOT-matrix volgt. Hieruit volgt het kernprobleem en kunnen doelstellingen worden opgesteld.

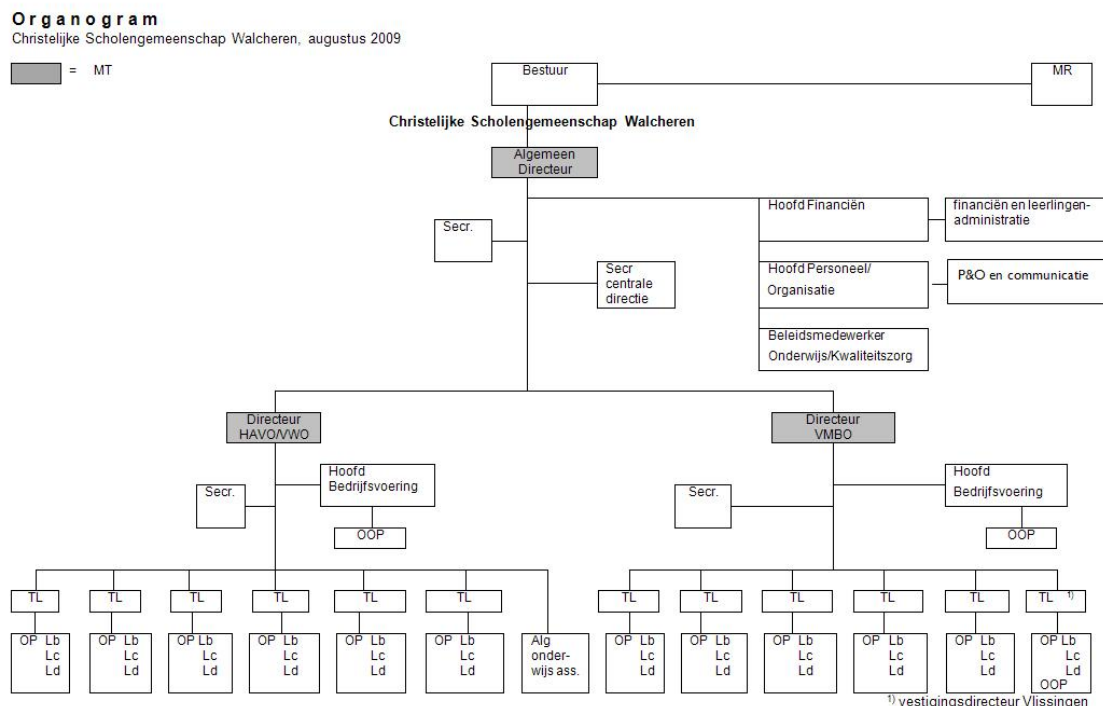
2.1 Interne analyse

Deze paragraaf bevat een interne analyse van CSW en is het eerste gedeelte van de situatieanalyse. Uit de interne analyse volgen de sterktes en zwaktes van CSW als organisatie. Ook is de interne analyse van belang voor het formuleren van de strategie van CSW.

2.1.1 CSW als organisatie

CSW staat voor Christelijke Scholengemeenschap Walcheren. CSW is een school voor voortgezet onderwijs, waar op alle niveaus, van VMBO-b tot gymnasium, les wordt gegeven. Momenteel heeft CSW 2670 leerlingen.¹ CSW bestaat uit drie locaties: CSW van de Perre (Middelburg), CSW Toorop (Middelburg) en CSW Bestevâer (Vlissingen).

CSW is een grote organisatie, maar heeft een duidelijke organisatiestructuur. Deze is te zien in onderstaand organogram.



Figuur 1: Organogram CSW

¹ Cijfers leerlingaantallen schooljaar 2011/2012

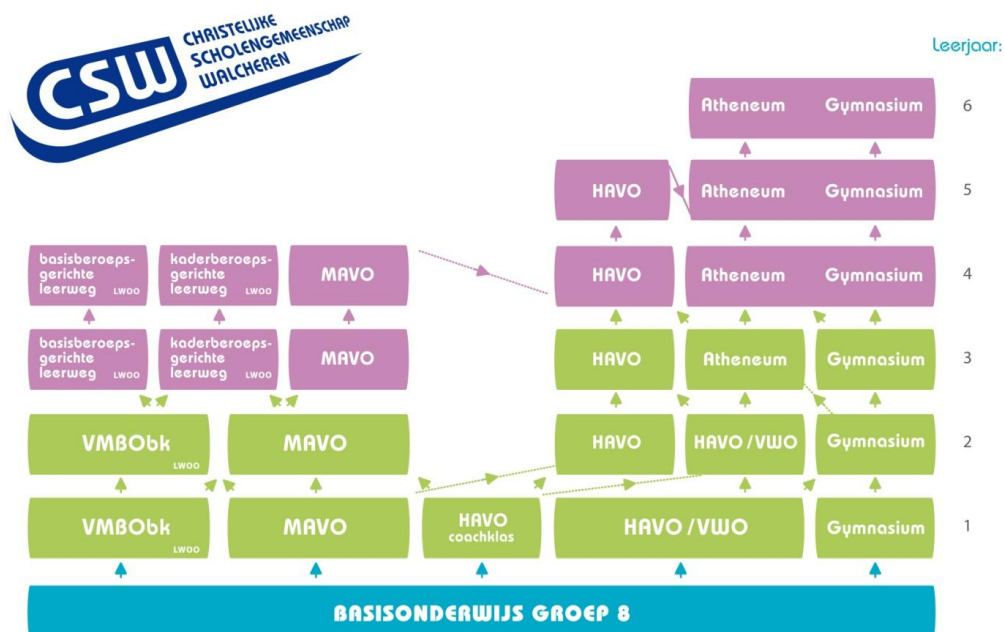
CSW heeft ruim 300 werknemers², zowel onderwijzend als onderwijsondersteunend personeel. CSW werkt met een top-downstructuur, waarbij de algemeen directeur en de sectordirecteuren HAVO/VWO en VMBO gezamenlijk het managementteam vormen. De school heeft een professioneel personeelsbeleid, waarbij de afdeling Personeel & Organisatie voor iedereen toegankelijk is. Hoewel communicatie belangrijk is voor CSW bestaat de communicatieafdeling uit slechts één persoon.

CSW wil de capaciteiten van haar medewerkers optimaal benutten en besteedt tijd en aandacht aan ontwikkeling en scholing van het personeel. Nieuwe docenten worden minimaal een jaar intensief begeleid en iedere medewerker heeft jaarlijks een voortgangsgesprek waarbij gekeken wordt naar persoonlijke ontwikkeling.³

Het onderwijzend personeel werkt in teams die leiding krijgen van een teamleider. De teams bestaan uit ongeveer 15 collega's en geven samen vorm aan onderwijs en leerlingbegeleiding⁴. Er heerst een formele maar gemoedelijke sfeer binnen CSW, collega's gaan onderling vaak op informele manier met elkaar om.

2.1.2 Leerroutes

Op CSW wordt op alle niveaus lesgegeven: van VMBO tot Gymnasium. Bijlage 1 bevat een uitgebreide uitleg over de verschillende onderwijsvormen. Onderstaand schema toont alle leerroutes binnen de school. De groene vakken geven de onderbouw aan, de paarse vakken zijn de bovenbouw. Dit schema geldt CSW-breed.



Figuur 2: leerroutes op CSW

² http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_over-csw_werken-bij-csw.htm

³ http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_over-csw_werken-bij-csw_csw-als-werkgever.htm

⁴ http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_over-csw_werken-bij-csw_csw-als-werkgever.htm

Per locatie zijn de leerroutes verschillend en wordt op bepaalde niveaus les gegeven. Het komt regelmatig voor dat leerlingen van de ene locatie over moeten stappen naar de andere. Op de website van CSW⁵ zijn de leerroutes per locatie te vinden.

2.1.3 Meer dan les alleen

Naast de reguliere lessen besteedt CSW veel aandacht aan het ontwikkelen van levenshouding en vaardigheden. Dit gebeurt door middel van sport, spel, kunst en cultuur. Naast bewegingsonderwijs (gymnastiek) en de expressievakken (tekenen, textiele werkvormen, techniek en CKV -culturele en kunstzinnige vorming-) wordt naast het gewone onderwijs dieper op deze onderwerpen in gegaan. Er worden sport- en speldagen gehouden en in de bovenbouw krijgen de leerlingen sportoriëntatie, waarbij zij zich verdiepen in verschillende sporten die tijdens de reguliere gymlessen niet aan de orde komen.

Er worden kunst- en cultuurweken georganiseerd, waarin leerlingen met bepaalde onderwerpen aan de slag gaan en er aan de hand van verschillende activiteiten meer over leren. Elke locatie organiseert jaarlijks voor bepaalde klassen buitenlandse reizen. Elke groep gaat naar een andere bestemming in Europa en maakt daar kennis met de kunst, cultuur en bevolking van het land. Jaarlijks wordt op een locatie een schoolmusical georganiseerd. Leerlingen werken dan samen met docenten aan alle facetten van de musical: acteren, decor, zang, grime, kleding en orkest.

Naast de grote activiteiten zijn alle klassen vrij om klassenavonden te organiseren en de leerlingenverenigingen organiseren jaarlijks verschillende activiteiten voor hun locatie.

2.1.4 Missie, visie, kernwaarden en strategie

'De Christelijke Scholengemeenschap Walcheren is een gemeenschap met een herkenbare christelijke identiteit. Zij wil vanuit die identiteit een wezenlijke bijdrage leveren aan de optimale ontwikkeling van iedere leerling, als voorbereiding op zijn of haar deelname aan de samenleving.

CSW stelt zich ten doel het verzorgen van onderwijs, dat zich kenmerkt door drie karakteristieke kwaliteiten: blik op de toekomst, kijk op onderwijs en oog voor elkaar.

Blik op de toekomst: Vanuit het Evangelie wil CSW leerlingen voor het leven het perspectief bieden van het Koninkrijk van God. Het perspectief van een nieuwe schepping, gekenmerkt door heelheid, gerechtigheid, vrede en naastenliefde. Dit perspectief geeft richting aan het onderwijs en bepaalt mede de keuze voor de invulling ervan.

Kijk op onderwijs: In het geschetste perspectief bieden de ontwikkelingen in de samenleving kansen en bedreigingen. CSW wil elke leerling opleiden en vormen met waarden, normen en competenties (kennis, vaardigheden en persoonlijke kwaliteiten) om met deze kansen en bedreigingen op een zinvolle en verantwoorde wijze om te gaan. De school is een leer- en oefenplaats, waar elke leerling zich met zijn/haar

⁵ http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_over-csw_opleidingsmogelijkheden_alle-leerroutes.htm

talenten kan ontwikkelen tot een zelfstandige en verantwoordelijke deelnemer aan de maatschappij, met een positief kritische visie op mens en samenleving.

Oog voor elkaar: CSW wil een leefgemeenschap zijn, waarin alle deelnemers open staan voor elkaar en zorg hebben voor elkaar. Zij wil ieder als naaste erkennen en tot zijn recht laten komen, zodat ieder zich geaccepteerd en veilig voelt.⁶

CSW staat voor christelijk, betrouwbaar en kwaliteit.⁷ Om deze missie en visie na te streven gaat CSW voor een hoge onderwijskwaliteit. Leerlingen krijgen les van bekwame en gedreven docenten en krijgen daarbij een goede voorbereiding op het vervolgonderwijs. Ook wordt de aansluiting met het basisonderwijs goed in de gaten gehouden.

Door middel van tevredenheidsonderzoeken onder leerlingen (leerjaren 1, 3 en eindexamenjaar) en ouders/verzorgers (leerjaar 3 en eindexamenjaar) wordt de kwaliteit van het onderwijs en de school gewaarborgd. De locatieraden, bestaande uit ouders en verzorgers, zijn een belangrijk overlegplatform voor de school.

CSW stimuleert leerlingen om het beste uit zichzelf te halen en zich te ontwikkelen. Niet alleen op het gebied van onderwijs, maar ook van kunst en cultuur.

2.1.5 Imago en identiteit

Vanuit de missie en visie wil CSW een open gemeenschap zijn met een herkenbare christelijke identiteit en de bijbel als inspiratiebron. Deze is voor iedereen herkenbaar aan de dagopeningen, de gerichte aandacht voor levensbeschouwelijke en morele vorming, de viering van christelijke feestdagen en ons omgaan met elkaar.

Leerlingen en ouders/verzorgers mogen van de school verwachten dat zij samen inhoud geven aan het christelijke karakter van CSW. CSW verwacht van haar leerlingen en hun ouders/verzorgers dat zij de christelijke identiteit van onze school respecteren.⁸

De christelijke identiteit is belangrijk voor CSW. Leerlingen hoeven zelf geen christelijke achtergrond te hebben, maar er wordt verwacht dat zij de identiteit van de school zullen respecteren en deel zullen nemen aan christelijke vieringen, dagopeningen en levensbeschouwing.

2.1.6 Huisstijl

De CSW heeft een speelse huisstijl die past bij een middelbare school. De hoofdkleur is **donkerblauw**. Deze komt terug in het logo, maar wordt ook veel gebruikt op de website en in brochures. Naast het algemene CSW-logo



Figuur 3: CSW-logo

⁶ Schoolplan CSW 2007-2011

⁷ Schoolplan CSW 2007-2011

⁸ Schoolplan CSW 2007-2011

heeft elke locatie zijn eigen logo, met elk een eigen kleur. Zo heeft CSW Bestevàer **lichtblauw**, heeft CSW Toorop **groen** en is **rood** de kleur van CSW Van de Perre. Deze kleuren komen ook terug in de algemene huisstijl, maar ze worden vooral gebruikt om de verschillende locaties te benadrukken. Naast het donkerblauw, wordt in de huisstijl gebruik gemaakt van geel, oranje en paars. Dit zie je terug op de website, maar ook in de andere communicatie-uitingen. In het kleurgebruik van de communicatie-uitingen kun je zien of het om CSW-breed gaat of om een van de locaties.

CSW maakt gebruik van een eigentijdse typografie. In de huisstijl wordt gebruik gemaakt van twee lettertypes: 'Myriad Pro' en 'Bauhaus Std'. 'Myriad Pro' wordt gebruikt voor de platte tekst (afgezien van zakelijke teksten, zoals brieven, waarbij 'Arial' wordt gebruikt). 'Bauhaus Std' wordt gebruikt voor opvallende koppen of korte inleidende teksten.

CSW werkt met de slogan 'Op je best bij CSW'. Deze wordt niet alleen gebruikt voor de werving van leerlingen, maar ook voor de werving van nieuwe docenten. Bij de werving van leerlingen wordt de slogan gebruikt in combinatie met een foto van een jongere. Alle jongeren zijn vanuit hetzelfde standpunt gefotografeerd, in dezelfde houding, maar met verschillende poses: van bovenaf, met het gezicht richting de camera. Bij elke slogan wordt één jongere geplaatst. In de arbeidsmarktcommunicatie wordt gebruik gemaakt van een soortgelijke foto, maar dan van een volwassene.

In de huisstijl wordt gebruik gemaakt van verschillende vormingselementen als citaten, gekleurde vlakken en fotografie. De huisstijl wordt in alle communicatie-uitingen op eenzelfde manier gebruikt, is kleurrijk en speels en zal jongeren aanspreken.

2.1.7 Communicatiemiddelen

CSW maakt gebruik van verschillende communicatiemiddelen, die voor verschillende doeleinden worden ingezet.

- Advertenties
- Brochures
- Folders
- Persberichten
- Schoolgids
- Social media
- Vlaggen en banners
- Voorlichtingsfilm
- Website

In paragraaf 3.2 wordt dieper ingegaan op de rol van communicatie en de communicatiemiddelen.

2.1.8 Tone of voice

De tone of voice van CSW past bij de huisstijl: jong en informatief. Om (toekomstige) leerlingen aan te

spreekt wordt in de communicatie-uitingen die aan hen gericht zijn getutoeerd. Hierdoor voelen leerlingen zich sneller aangesproken dan wanneer zij gevousvoveerd worden.

In de communicatiemiddelen die op ouders of externen gericht zijn, wordt wel gevousvoveerd. Er worden hier volwassenen aangesproken en het gaat om een zakelijke relatie, dus is vousvoveren gepast. Ouders zullen zich op deze manier ook serieus genomen voelen.

Aan de tone of voice van de communicatie-uitingen van CSW is dus snel duidelijk aan wie deze gericht zijn.

2.2 Externe analyse

De externe analyse geeft inzicht in de kansen en bedreigingen binnen de omgeving van de CSW. Ook deze informatie is nodig om tot de strategie te komen.

2.2.1 Onderwijsmarkt en concurrentie

De Zeeuwse onderwijsmarkt is relatief klein en wordt geleid door een paar grote scholen die de meeste leerlingen trekken. Er is keuze uit openbaar en bijzonder (protestants, rooms-katholiek of reformatorisch) onderwijs. Alle grote steden in Zeeland hebben één of meer middelbare scholen voor voortgezet onderwijs en leerlingen uit de dorpen trekken veelal naar de grotere scholen in de buurt.

De grootste scholen voor voortgezet onderwijs in Zeeland zijn:

- Calvin College (o.a. Goes en Middelburg)
- CSW (Middelburg, Vlissingen)
- Nehalennia SSG (Middelburg)
- Ostrea Lyceum (Goes)
- Pontes Scholengroep (Goes en Zierikzee)
- Reynaertcollege (Hulst)
- Scheldemonde College (Vlissingen)
- Zeldenrust Steelantcollege (Terneuzen)
- Zwin College (Oostburg)

Deze scholen zijn niet allemaal directe concurrentie voor CSW. Scholieren uit Zeeuws-Vlaanderen zullen niet snel naar Zuid-Beveland of Walcheren afreizen om naar school te gaan. Scholieren kiezen over het algemeen een school die relatief dicht in de buurt is en blijven daarmee meestal op hun eigen schiereiland. Dit zorgt dat Nehalennia en Scheldemonde de enige directe concurrenten van CSW zijn en dat deze scholen voornamelijk leerlingen van Walcheren trekken.

2.2.2 (Potentiële) leerlingen

Op de onderwijsmarkt zijn leerlingen als consumenten te beschouwen. Zij nemen het product, onderwijs, van de school af. Er moet niet alleen gekeken worden naar de huidige leerlingen. Potentiële leerlingen zijn mogelijk nog belangrijker.

Scholieren hebben verschillende motivaties om voor een school te kiezen. Er wordt veel gekeken naar welke school broers/zussen en vriendjes en vriendinnetjes gaan. Ook de nevenactiviteiten en de uitstraling van een school zijn voor scholieren belangrijk. (Potentiële) leerlingen kijken vooral naar wat de school te bieden heeft en in hoeverre hen dat aanspreekt. Het is voor hen belangrijk dat school niet alleen leerzaam is. Naar school gaan moet, dus kan het maar beter zo leuk mogelijk gemaakt worden.

CSW biedt een breed onderwijsprogramma met veel nevenactiviteiten die zowel door de school als door de leerlingen zelf georganiseerd worden. Op open dagen wordt dit aanbod breed besproken en kunnen leerlingen sfeerproeven en op een actieve manier kennismaken met CSW. Hier krijgen zij een indruk van wat er allemaal te doen is op school, hoe de school in elkaar steekt en hoe de mensen zijn.

Het aantal leerlingen schommelt de laatste jaren enigszins, maar ligt telkens rond de 2700 leerlingen in totaal. De leerlingenaantallen per locatie verschillen ook jaarlijks niet veel, alleen op CSW Toorop is er sinds schooljaar 2007/2008 een daling zichtbaar⁹. Hoe dit zich in de toekomst zal ontwikkelen is niet duidelijk, maar het leerlingenaantal moet niet al te sterk af gaan nemen.

CSW trekt leerlingen uit verschillende sociale milieus. Er komen kinderen uit welvarende families, maar ook kinderen die het thuis minder goed hebben. CSW heeft autochtone en allochtone leerlingen. Het leerlingenbestand is zeer divers en is een weerspiegeling van de Zeeuwse bevolking. Niet alle leerlingen kunnen even goed leren, maar ook de leerlingen met o.a. leerproblemen of ontwikkelingsstoornissen als autisme kunnen op CSW terecht.

Leerlingen van CSW komen voornamelijk van Walcheren. Veel leerlingen komen uit Middelburg en Vlissingen, maar ook van Walcherse dorpen als o.a. Domburg, Oostkapelle, Aagtekerke en Veere. CSW is een van de grootste middelbare scholen van Walcheren, maar zal moeite moeten doen om leerlingen te trekken. Leerlingen uit de dorpen wonen niet zo dichtbij en moeten dus meer moeite doen om op school te komen. De school moet hierop inspelen. Zo heeft CSW op haar website informatie over busabonnementen met korting die voor deze leerlingen heel interessant zijn.

2.2.3 (Potentiële) ouders

(Potentiële) ouders zijn haast even belangrijk als de (potentiële) leerlingen. Ook zij maken een keuze voor een bepaalde school, maar kijken hierbij naar andere zaken dan de (potentiële) leerlingen. De kwaliteit van het onderwijs en het personeel is voor hen erg belangrijk. Hoe staat een school aangeschreven en hoe bekwaam is het personeel. Ook speelt geloof een belangrijkere rol in het kiezen van een school voor hun kinderen. Welke school past het best bij hun religie en/of welke normen en waarden passen het beste bij hun uitgangspunten.

Ouders zijn niet alleen van belang bij de schoolkeuze. Ook als de scholieren eenmaal naar CSW gaan, moeten ouders tevreden zijn met de school en het onderwijs dat wordt gegeven. Elke ouder kijkt anders tegen de

⁹ Cijfers leerlingaantallen schooljaar 2011/2012

school aan en heeft andere belangen. De een heeft een kind met een leerproblemen, de ander heeft een kind dat gepest wordt en weer een ander heeft een kind dat het prima naar zijn zin heeft op school.

2.2.3.1 Ouderklankbordgroepen

Ouders komen op allerlei verschillende manieren in aanraking met de school en de een heeft meer hulp nodig dan de ander. Het is daarom belangrijk dat er goed naar deze ouders geluisterd wordt en zij in hun wensen voorzien kunnen worden. CSW doet dit door middel van ouderklankbordgroepen. Al ruim tien jaar hebben de ouders de kans om zich bij de locatieraad van de CSW-locatie van hun kind(eren) te voegen. Hier worden verschillende zaken die voor de ouders van belang zijn besproken. Enkele jaren geleden zijn op CSW de ouderklankbordgroepen in het leven geroepen. De klankbordgroepen gaan dieper in op bepaalde onderwerpen als het onderwijs, rookverbod, het gebruik van mobiele telefoons op school, etc. Dit gebeurde voor het eerst op CSW Van de Perre en dat bleek een succes. Ouders zijn via een mail aangeschreven en konden zich via deze weg ook aanmelden voor de klankbordgroep. Momenteel heeft Van de Perre een klankbordgroep met 34 deelnemende ouders, samengesteld uit alle afdelingen en leerjaren van de locatie.

Sinds schooljaar 2011/2012 is CSW Toorop ook met ouderklankbordgroepen gestart. Twee klankbordgroepen voor de onderbouw (VMBO en MAVO) en twee voor de bovenbouw (VMBO en MAVO). De klankbordgroepen werden vooraf aangekondigd en vervolgens kregen ouders via e-mail een uitnodiging. Hierna hebben zij nog een reminder gekregen, maar dit mocht niet baten. De eerste ouderklankbordgroep op 4 april 2012 werd door slechts vier ouders bezocht, waarvan er twee niet de gehele bijeenkomst aanwezig zijn geweest. De tweede klankbordgroep werd georganiseerd op 18 april 2012 en trok wederom slechts vier ouders. De bijeenkomst werd hierdoor afgelast.

Hoewel het nog maar de eerste keer was dat CSW Toorop de klankbordgroepen organiseerde, wil de school de opkomst wel graag vergroten. CSW Bestevâer is nog niet begonnen met de ouderklankbordgroepen.

2.3 SWOT-matrix

De interne en externe analyse hebben inzicht gegeven in de sterktes en zwaktes, kansen en bedreiging van CSW. Aan de hand hiervan is onderstaande SWOT-matrix op te stellen. De sterktes en zwaktes, kansen en bedreigingen worden hierin tegenover elkaar gezet.

	Sterktes	Zwaktes
	- Les op alle onderwijsniveaus - Aandacht voor kunst en cultuur - Aantrekkelijke huisstijl - Uitgebreide communicatie-inzet - Veel aandacht voor kwaliteitsbehoud onderwijs	- Kleine communicatieafdeling - Veel zaken worden per locatie geregeld - Leerlingen moeten regelmatig van locatie veranderen
	Kansen	Bedreigingen
	- Bekende school op de Zeeuwse onderwijsmarkt - Ouders kunnen hun stem laten horen	- Sinds 2007 dalend leerlingenaantal op CSW Toorop

		- Ouderklankbordgroep op CSW Toorop loopt slecht
--	--	--

Sterktes

- Les op alle onderwijsniveaus: Doordat CSW op alle onderwijsniveaus lesgeeft, verliest de school geen leerlingen omdat ze een bepaald niveau niet onderwijzen. Iedereen kan op CSW terecht.
- Aandacht voor kunst en cultuur: Naast de reguliere lessen wordt er op CSW veel aandacht besteed aan sport, kunst en cultuur. Het maakt het onderwijs aantrekkelijker voor (potentiële) leerlingen.
- Aantrekkelijke huisstijl: In schooljaar 2009-2010 heeft CSW een extern bureau ingeschakeld voor een herprofilering. Bij de herprofilering werd ook een nieuwe huisstijl geïntroduceerd die beter past bij de identiteit van de school.
- Uitgebreide communicatie-inzet: Communicatie staat hoog in het vaandel bij CSW. De school gaat voor een brede inzet van communicatiemiddelen en heeft een groot scala aan folders, brochures en andere middelen.
- Veel aandacht voor kwaliteitsbehoud onderwijs: CSW gaat voor kwaliteit. Door middel van klankbordgroepen en tevredenheidsonderzoeken wil CSW zorgen dat zowel de kwaliteit van het onderwijs als de school gewaarborgd blijft.

Zwaktes

- Kleine communicatieafdeling: De communicatieafdeling van de CSW bestaat uit slechts een persoon, mw. Guequière, die verantwoordelijk is voor de communicatie van alle locaties. Wel wordt er met verschillende werkgroepen gewerkt en ook werken verschillende docenten aan bepaalde zaken mee. Dit neemt niet weg dat het voor mw. Guequière erg druk is en onverwachte taken of extra projecten moeilijk te plannen zijn.
- Veel zaken worden per locatie geregeld: CSW is een grote school met drie verschillende locaties. Veel zaken worden per locatie geregeld, waardoor er verschillen ontstaan tussen de locaties. Het is belangrijk dat CSW een eenheid blijft en alles op alle locaties hetzelfde geregeld en op dezelfde manier uitgevoerd wordt.
- Leerlingen moeten regelmatig van locatie veranderen: Doordat niet alle locaties op alle niveaus lesgeven, kunnen niet alle leerlingen hun hele middelbare schoolperiode op dezelfde locatie blijven. Dit betekent dat zij in verschillende klassen komen en steeds opnieuw moeten beginnen met het leren kennen van klasgenoten en de school. Dit kost tijd en energie die niet nodig zou zijn als leerlingen op dezelfde locatie konden blijven.

Kansen

- Bekende school op de Zeeuwse onderwijsmarkt: CSW is een van de grote namen op de Zeeuwse onderwijsmarkt. Naast Nehalennia en Scheldemonde is het een van de belangrijkste scholen op Walcheren.
- Ouders kunnen hun stem laten horen: Al jaren kunnen ouders meedenken over het reilen en zeilen van CSW. Voorheen alleen in de locatieraden, tegenwoordig ook in de klankbordgroepen. Op deze manier kunnen ouders hun eigen belangen behartigen en meedenken over het beleid dat binnen de school geldt en (de kwaliteit van) het onderwijs en personeel.

Bedreigingen

- Sinds 2007 dalend leerlingenaantal op CSW Toorop:¹⁰ Hoewel het gemiddelde aantal leerlingen CSW-breed de laatste jaren redelijk stabiel is, is er sinds schooljaar 2007/2008 een daling in het aantal leerlingen op CSW Toorop gemeten. Het aantal leerlingen neemt de afgelopen jaren ook steeds sterker af. CSW moet zorgen dat het aantal VMBO-leerlingen niet te sterk afneemt.

- Ouderklankbordgroep op CSW Toorop loopt slecht: In tegenstelling op CSW Van de Perre, lopen de ouderklankbordgroepen op CSW Toorop slecht. Slechts een handvol ouders kwam op de eerste klankbordgroepen af. Hoewel de groepen dit schooljaar nog maar voor het eerst op Toorop georganiseerd zijn, wil sectordirecteur Jur Heeres graag weten hoe het aantal deelnemende ouders kan stijgen.

2.4 Kernprobleem en doelstellingen

Uit de SWOT-matrix in hoofdstuk 2.3 zijn enkele problemen af te lezen. Vooral CSW Toorop kampt met enkele problemen, onder andere met dalende leerlingaantallen en een lage opkomst bij ouderklankbordgroepen en dus minder ouderbetrokkenheid dan op de andere locaties.

Ouderbetrokkenheid en -participatie zijn belangrijk voor scholen. Basisscholen hebben vaak een grote ouderparticipatie. Ouders helpen met lezen, overblijven, luizencontrole en andere zaken. In het voortgezet onderwijs is het veel minder vanzelfsprekend dat ouders zich bij de school betrokken voelen. Activiteiten die om ouderparticipatie vragen, zijn vaak incidenteel en van korte duur. De ene ouder voelt zich sneller betrokken dan de andere en zal sneller aan zulke activiteiten meewerken.

Ouderparticipatie en -betrokkenheid leveren een school veel op. Allereerst verbetert de relatie met ouders en wordt daarmee het netwerk van de school vergroot. Ouderparticipatie kan leiden tot minder schooluitval en betere prestaties. Ook kan het aantal incidenten door ouderparticipatie verminderen en het imago van een school groeien.¹¹ Ouderbetrokkenheid heeft een grote impact op een school en is daarom erg belangrijk.

CSW Toorop wil de ouderbetrokkenheid vergroten en een grotere deelname aan de klankbordgroepen. Daarbij heeft de school de volgende doelstellingen voor ogen:

- Ouders/verzorgers meer betrekken bij de school en het onderwijs
- Een grotere opkomst bij de ouderklankbordgroepen in het nieuwe schooljaar
- Het gevoel van betrokkenheid van ouders bij de school vergroten

¹⁰ Cijfers leerlingaantallen schooljaar 2011/2012

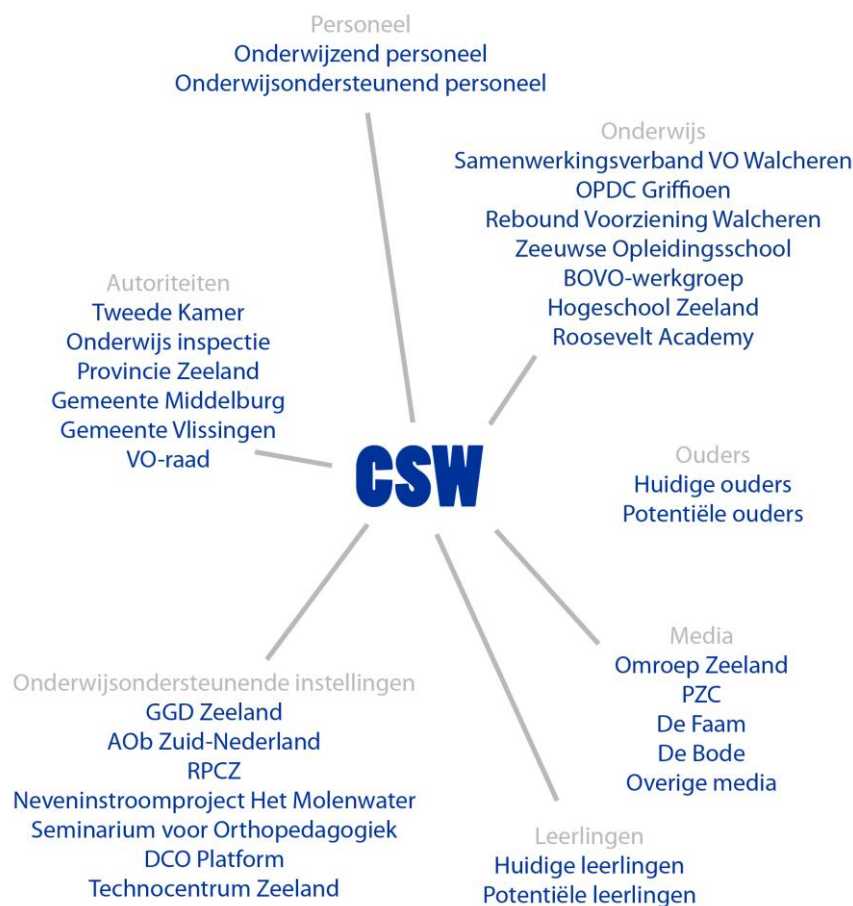
¹¹ <http://www.kpcgroep.nl/Voortgezet-onderwijs/Profesionele-organisatie/VO2-Ouderparticipatie.aspx>

3 Communicatieanalyse

De communicatieanalyse gaat dieper in op de betrokken partijen en de rol van communicatie bij het probleem met de ouderbetrokkenheid op CSW Toorop en eindigt met de communicatiedoelen die op het probleem en de doelstellingen aansluiten.

3.1 Actorenanalyse

Onderstaand schema geeft een overzicht van de verschillende partijen die bij CSW als organisatie betrokken zijn. Niet alleen op het gebied van onderwijs, maar ook organisatorisch en financieel, zowel intern als extern.



Figuur 4: Actorenanalyse CSW

Niet alle actoren (ook wel *belanghebbenden* of *stakeholders* genoemd) hebben met alle locaties van CSW te maken. Vooral bij verschillende onderwijsinstanties verschilt dit. CSW Van de Perre heeft connecties met onder andere de Hogeschool Zeeland en de Roosevelt Academy, terwijl CSW Bestevâer en Toorop meer te maken hebben met ROC Zeeland.

Met het probleem van CSW Toorop hebben weinig van bovenstaande instanties en bedrijven iets te maken. Hierbij spelen vooral (potentiële) ouders, (potentiële) leerlingen en het personeel een rol. De volgende paragraaf beschrijft de rol van communicatie voor en tussen deze doelgroepen.

3.2 Huidige communicatiemiddelen

Binnen een organisatie heeft communicatie meerdere rollen. Er is de communicatie tussen medewerkers en doelgroepen, het communicatiebeleid en de daarbij behorende communicatiemiddelen. De volgende paragrafen gaan hier dieper op in.

3.2.1 Communicatie met doelgroepen

Communicatie is een sector die de laatste decennia steeds groter is geworden. Een definitie van communicatie is: 'het proces waarbij de zender de intentie heeft via een medium een boodschap over te brengen naar één of meer ontvangers'.¹² De overdracht van informatie staat centraal en in het dagelijks leven communiceert iedereen, zowel bewust als onbewust. Communicatie vindt plaats in verschillende situaties en op verschillende niveaus. Communicatie wordt ingezet om kennis, houding en gedragsintenties te beïnvloeden.

CSW zet communicatie op verschillende manieren in. De belangrijkste communicatiestromen gaan van en naar de leerlingen en hun ouders. Zij moeten continu op de hoogte zijn van wat er binnen de school gebeurt en gaat gebeuren. Er wordt over alle onderwerpen gecommuniceerd: onderwijs, beleid, nevenactiviteiten en gebeurtenissen. Deze groepen worden door CSW voornamelijk geïnformeerd en voorgelicht. Het is van belang om hen tevreden te houden. Een school wil niet dat leerlingen overstappen naar andere scholen. Daarom is het van belang om naar hen en hun ouders te luisteren en hen mee te laten denken. CSW doet dit o.a. door middel van de klankbordgroepen.

Bij potentiële leerlingen en hun ouders ligt het anders. Uiteraard worden ook zij geïnformeerd en voorgelicht, maar hier komt een stukje reclame bij kijken. Hoewel een school een non-profit organisatie is, is het wel van belang om bij hun doelgroepen in de kijker te komen staan en zich aan deze doelgroepen aan te prijzen. Hoewel er geen winst gemaakt hoeft te worden, is het voor een school wel van belang om jaarlijks genoeg leerlingen binnen te halen. Dit is nodig om de naam van de school hoog te houden en het personeelsbestand in stand te houden. Vooral open dagen zijn op CSW een belangrijke manier om potentiële leerlingen en hun ouders te laten zien wat de school te bieden heeft. Op deze avonden worden ook huidige leerlingen ingezet om te laten zien hoe het er op school aan toe gaat en demonstraties van vakken en activiteiten te geven. Potentiële leerlingen zullen sneller een leeftijdsgenoot aanspreken dan een docent die veel ouders is dan zichzelf. Hierdoor ontstaat communicatie tussen de verschillende doelgroepen en kunnen zij (in het voordeel van CSW) met elkaar communiceren over het wel en wee op school.

De communicatie tussen het personeel verloopt heel anders dan met de doelgroepen van de school. Hoewel het hier ook veelal om informeren en voorlichten gaat, gebeurt het op een geheel andere manier dan

¹² Communicatie Handboek, W.J. Michels, blz.12

wanneer de school (dus het personeel) met (potentiële) leerlingen en/of hun ouders communiceert. Docenten en onderwijsondersteunend personeel dragen de naam van de school uit. Hier moeten zij rekening mee houden in al hun uitingen. Het personeel communiceert in het belang van de leerlingen en over de complete gang van zaken op school en in het onderwijs.

3.2.2 Communicatiemiddelen

Paragraaf 2.1.7 bevat een overzicht van alle communicatiemiddelen die CSW inzet. Het gaat hierbij voornamelijk om communicatiemiddelen die extern in worden gezet om de doelgroepen te bereiken.

- **Advertenties:** Net als ieder bedrijf maakt CSW gebruik van advertenties in kranten en weekbladen. Dit zijn onder andere advertenties om open dagen aan te kondigen, maar ook voor vacatures. CSW adverteert om verschillende redenen en via verschillende media. De meeste advertenties komen in de PZC te staan. Deze regionale krant wordt door veel Zeeuwen gelezen en heeft voor de CSW een groot bereik.¹³ De reden van adverteren verschilt. De ene keer is het om een open dag aan te kondigen, de andere keer omdat er een vacature is. In de kerstvakantie adverteert CSW vaak met een bioscoopreclame in Cine City Vlissingen. De bioscoop trekt in de kerstvakantie veel mensen, waardoor CSW meer naamsbekendheid kan creëren.
- **Brochures:** Elk jaar geeft CSW twee brochures uit: één voor toekomstige leerlingen en één voor hun ouders. In de brochures staat alles wat zij moeten weten over CSW in het kort uitgelegd. De brochures zijn er voornamelijk voor (potentiële) leerlingen en hun ouders. Voor elke doelgroep is er per locatie een andere folder. Elke doelgroep heeft in haar eigen brochure een compleet overzicht van alle belangrijke informatie. De brochures zijn op open dagen en via decanen of mentoren te verkrijgen. Ook kunnen deze van de website gedownload worden.
- **Folder:** CSW heeft buiten de schoolgids en brochures om, verschillende folders waarin specifieke onderwerpen behandeld worden. Deze onderwerpen kunnen locatiegericht of CSW-breed zijn. Deze folders zijn een A5, dubbelzijdige bedrukt en gaan dieper in op onderwerpen als leerroutes of sectoren, leerlingbegeleiding, dyslexie of projecturen. De folders zijn een verdieping op de brochures en ook deze zijn bedoeld voor (potentiële) leerlingen en hun ouders. De folders zijn op de open dagen te verkrijgen, maar kunnen ook van de website worden gedownload.¹⁴
- **Persberichten:** CSW zendt veel persberichten uit naar verschillende media. Afhankelijk van het nieuws wordt een bericht verzonden naar regionale media als de PZC (Provinciale Zeeuwse Courant), weekbladen en Omroep



Figuur 5: Folder

¹³ <http://www.bndestemadverteren.nl/profiel-en-bereik/bereikcijfers>

¹⁴ http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_kennismaken_downloads.htm

Zeeland en/of naar nationale media als het AD, Trouw en de Telegraaf. Bij kleiner nieuws gaat het vaak om de regionale media en men leest dan ook regelmatig iets over CSW in de kranten, op internet of op televisie. Ook worden Zeeuwse media vaak uitgenodigd bij belangrijke of grote activiteiten. Via persberichten zorgt CSW dat haar naam niet uit de media verdwijnt en bij het grote publiek binnenkomt. Via deze weg wil CSW het grote publiek op de hoogte stellen van bijzondere feiten of hen voor een evenement uitnodigen.

- Schoolgids: Elk jaar verschijnt per locatie een nieuwe schoolgids die elke CSW-leerling aan het begin van het schooljaar mee naar huis krijgt. Hierin staat alle belangrijke informatie die met school te maken heeft: introductie en start van het schooljaar, lestijden, het onderwijs en begeleiding, schoolregels en informatie over het eindexamen. Ook de schoolgids is op de website terug te vinden.¹⁵
- Social media: CSW maakt van verschillende sociale media actief gebruik.
 - Sinds oktober 2010 is CSW op Twitter te vinden. Via Twitter verspreidt CSW informatie die op de website te vinden is. Ook vacatures worden gedeeld en interessante en relevante informatie wordt geretweet. CSW heeft nu 625 followers, waaronder verschillende sociale media, medewerkers en leerlingen. Op de website staat een grote link naar het Twitteraccount¹⁶ van CSW.
 - Sinds juli 2011 zit CSW op Facebook. Het Facebookaccount¹⁷ wordt voor dezelfde doeleinden gebruikt als het Twitteraccount, maar ook worden er regelmatig foto's van projecten en activiteiten op geplaatst.
 - Op Hyves is CSW ook te vinden, maar dit zijn geen officiële CSW-accounts. De accounts zijn veelal opgezet door (oud)leerlingen en worden ook alleen door hen gebruikt en bezocht. Op deze accounts wordt vooral veel gesproken over wat de leerlingen van de school, het onderwijs en de docenten vinden.

Social media worden bij CSW voornamelijk ingezet om nieuws te verspreiden onder leerlingen, geïnteresseerden en andere media. Facebook en Twitter worden crossmediaal ingezet en verwijzen naar elkaar en naar de website. Naast nieuwsfeiten wordt er ook belangrijke informatie over vrije dagen, leuke foto's en vacatures gedeeld. Naast informeren heeft het ook een sociale functie en wordt er een kijkje gegeven in het werk op school.

- Vlaggen en banners: Elke locatie heeft haar eigen vlaggen voor de deur staan. Hiermee wordt benadrukt dat het om een CSW-locatie gaat en dit creëert naamsbekendheid bij iedereen die langsfiets. Naast de vlaggen worden er regelmatig banners aan de scholen opgehangen. Belangrijke informatie over bijvoorbeeld open dagen wordt direct duidelijk gemaakt aan iedereen die langsfiets. Mensen die anders niets met CSW te maken hebben, krijgen zo toch informatie door over de school en zouden wellicht geïnteresseerd kunnen raken.

¹⁵ http://www.cswalcheren.nl/nl/csw_leerlingen_schoolgids-2011---2012.htm

¹⁶ <https://twitter.com/#!/CSWscholen>

¹⁷ <https://www.facebook.com/cswalcheren>

- Voorlichtingsfilm: Bij voorlichtingsdagen op basisscholen en op open dagen wordt de voorlichtingsfilm gedraaid die CSW speciaal voor deze gelegenheden heeft laten maken. Ook wordt de film jaarlijks op Omroep Zeeland uitgezonden. In deze film vertellen leerlingen van de school hoe zij de school en het onderwijs ervaren. Eens in de paar jaar wordt een nieuwe film gemaakt, zodat de film up to date blijft en de gezichten van de school met de school mee veranderen. De voorlichtingsfilm is voornamelijk gericht aan potentiële leerlingen, maar ook voor hun ouders is de film interessant. De film heeft een groot bereik, zowel bij de directe doelgroep als indirecte doelgroepen. Potentiële leerlingen en hun ouders krijgen door de film een duidelijk beeld van CSW, maar ook voor samenwerkingspartners is dit een voordeel. Ook ouders wiens kinderen nog geen middelbare schoolkeuze hoeven te maken, krijgen al wel een beeld van de school.
- Website: www.cswalcheren.nl is de website van CSW. Het is een uitgebreide website die door middel van een CMS-systeem makkelijk aangepast kan worden. Op de website staat alle informatie die leerlingen, ouders en toekomstige leerlingen willen weten. Alle folders en brochures zijn er op terug te vinden, maar ook foto's en filmpjes, nieuwsberichten en informatie over lestijden en busabonnementen. De website is multifunctioneel en gericht op zowel interne en externe als directe en indirecte doelgroepen. Voor iedere doelgroep staat er relevante informatie op en andere communicatie-uitingen zoals brochures en folders zijn op de website terug te vinden. De website is de spil van de communicatie-inzet van CSW.

Naast deze middelen wordt er naar ouders en leerlingen ook veel via e-mail en internet gecommuniceerd. Het gaat hier om alledaagse informatie over bijvoorbeeld ouderavonden en schoolreizen. Waar tot drie jaar geleden de meeste informatie nog per brief naar huis werd verstuurd, gebeurt dit nu allemaal via e-mail. Leerlingen halen hun rooster- en lesinformatie allemaal van het intranet. Telefooncirkels zijn hiermee verleden tijd.

Intern wordt er uiteraard voornamelijk mondeling gecommuniceerd. Medewerkers praten met elkaar tijdens vergaderingen en bijeenkomsten. Daarnaast is e-mail ook erg belangrijk. Voor korte vragen belt of e-mailt men vaak naar elkaar en notulen worden via e-mail verspreid. Dit zijn de belangrijkste manier van communiceren onder het personeel. Een belangrijk verschil tussen de interne en externe communicatie is dat er intern geen concurrentie op de loer ligt en er geen promotie gemaakt hoeft te worden. Er kan dus op een eenvoudige manier gecommuniceerd worden. Ook hoeft er intern met minder personen gecommuniceerd te worden, wat het communiceren direct al makkelijker maakt.

4 Communicatiestrategie

Om de betrokkenheid van ouders en daarmee de ouderklankbordgroepen te vergroten, moet CSW een duidelijke strategie gaan volgen. Dit hoofdstuk legt de strategie en de bijbehorende middelen in zet uit.

4.1 Kennis, houding en gedrag

Bij het opzetten van een strategie moeten de (communicatie)doelstellingen van CSW ingedachte worden gehouden. In hoofdstuk 2 zijn deze doelstellingen naar voren gekomen. Bij de doelstellingen is duidelijk gemaakt dat er vooral naar kennis, houding en gedrag gekeken moet worden. Ook de huidige manier van communiceren met de ouders moet hierbij onder de loep genomen worden.

Zoals eerder vermeld, zijn de ouders op CSW Toorop tot nu toe alleen via e-mail voor de ouderklankbordgroepen benaderd. Dit had een slechte opkomst tot gevolg. E-mail is een goedkoop en makkelijk medium. Berichten worden verzonden en komen direct bij de ontvanger aan. Een e-mail wordt echter ook net zo snel weer weg geklikt. Is (alleen) een e-mail wel effectief genoeg? De vraag is met welke middelen in zet de doelstellingen het effectiefst bereikt kunnen worden.

4.1.1 Kennis vergroten

Ten eerste moet de kennis van de ouders over de klankbordgroepen vergroot worden. Momenteel weten zij nog te weinig over de klankbordgroepen, de inhoud en het doel ervan. Dit moet veranderen. Ouders moeten meer informatie krijgen. Dit kan door informatie over de klankbordgroepen op te nemen in de schoolgids en de website. Aan het begin van het schooljaar krijgen alle leerlingen een schoolgids. Als hierin informatie over de klankbordgroepen staat komt deze informatie direct bij de ouders terecht en zijn zij vanaf het begin van het schooljaar al van de klankbordgroepen op de hoogte. Zij zijn er dan bekend mee en horen de term dan niet voor het eerst als ze een aankondiging of uitnodiging krijgen. Voor de website geldt hetzelfde. De website is een grote informatiebron, ook voor ouders. Momenteel staat er nog niets over de klankbordgroepen op de website, terwijl dit heel eenvoudig te veranderen is en (potentiële) ouders via deze weg makkelijk met de klankbordgroepen bekend gemaakt kunnen worden.

Om vooruit te kijken is het van belang dat ook potentiële ouders met de klankbordgroepen bekend te maken. Door bij de voorlichtingsavonden en open dagen over het belang van kwalitatief goed onderwijs en ouderbetrokkenheid te vertellen, komen zij er al voor hun kinderen op CSW mee in aanraking. Hiermee maak je ouders bekend met de klankbordgroepen, maar wordt ook de nadruk gelegd op het waarborgen van de kwaliteit van onderwijs en de waarde van ouderbetrokkenheid voor CSW. Voor ouders klinkt het positief dat hun mening er toe dat en dat zij op CSW hun stem mogen laten horen.

4.1.2 Houding veranderen

Als (potentiële) ouders van de klankbordgroepen op de hoogte zijn, weten zij waarom ze voor de klankbordgroepen uitgenodigd worden, wat er van hen wordt verwacht en dat hun mening wordt gewaardeerd. Nu is het belangrijk dat ouders hun houding veranderen en zich meer bij de school betrokken

gaan voelen. CSW moet een folder maken met alle informatie over de klankbordgroepen, wanneer deze bijeen komen en voor welke ouders ze bedoeld zijn. Hiermee worden de klankbordgroepen van tevoren al aangekondigd. Ouders hebben op deze manier tastbare informatie. Een folder blijft op tafel liggen en zal sneller een tweede keer gelezen worden. Ook moet de folder op de website worden geplaatst. Een e-mail wordt gelezen en weggeklikt.

Om open te staan voor de ouders is het van belang dat zij direct vragen over de klankbordgroepen kunnen stellen. CSW moet een apart e-mailadres aanmaken, waar ouders met vragen of opmerkingen over de klankbordgroepen terecht kunnen. Als ouders de mogelijkheid krijgen om contact op te nemen, laat CSW zien open te staan voor communicatie.

4.1.3 Gedrag veranderen

Gedragsverandering is de laatste stap om de ouderbetrokkenheid te vergroten. Om ouders aan de klankbordgroepen deel te laten nemen, moeten zij daarvoor worden uitgenodigd. Via de folder zijn zij al op de hoogte van de data van de bijeenkomsten. Om deze data bij de ouders in het geheugen te griffen, moeten zij per e-mail een officiële vooraankondiging ontvangen.

Na de digitale aankondiging volgt de officiële uitnodiging. Deze zal per post naar het huisadres worden gestuurd en zal beter en vaker gelezen worden dan een e-mail. Voorheen konden ouders zich via een link in de uitnodigingsemail aanmelden. In het nieuwe traject moeten ouders een persoonlijke e-mail sturen om zich aan te melden.

Na dit traject zullen ouders goed op de hoogte zijn van het bestaan van de klankbordgroepen en de achterliggende gedachten. Ouders die zich nog niet voor de klankbordgroepen hebben aangemeld, zullen een extra reminder per e-mail ontvangen.

4.2 Communicatiedoelen

In paragraaf 2.4 zijn de doelstellingen van CSW naar voren gekomen. Bij deze doelstellingen moeten ook communicatiedoelen worden geformuleerd. Een communicatiedoel zegt wat er met communicatie moet worden bereikt en kan worden onderverdeeld in drie aparte doelen: *kennis, houding en gedrag*¹⁸. Bij *kennis* is het van belang dat de doelgroep geïnformeerd wordt. Je geeft de doelgroep inzicht in een bepaald product, project of merk. *Houding* gaat over het beïnvloeden van de doelgroep ten opzichte van de organisatie. Op basis van voldoende kennis kan de doelgroep haar houding veranderen, wat, als het goed is, leidt tot gedragsverandering. *Gedrag* gaat over het ondernemen van actie. De doelgroep gaat een product kopen, neemt deel aan een project of wordt geïnteresseerd in een bepaald merk.

De doelstellingen van CSW gaan over het vergroten van de ouderbetrokkenheid en het vergroten van de opkomst bij de ouderklankbordgroepen. Hierbij horen de volgende communicatiedoelen.

¹⁸ Communicatie Handboek, W.J. Michels, blz 109

- **In schooljaar 2013-2014 is 85% van de ouders bekend met de ouderklankbordgroepen**

(kennis)

Omdat de klankbordgroepen nieuw zijn is het van belang dat ouders weten wat de groepen inhouden en wat CSW er mee wil bereiken. Op CSW Toorop zijn de klankbordgroepen in een e-mail aangekondigd. Deze is in bijlage 2 terug te vinden. De e-mail bevat een beknopte uitleg over de klankbordgroepen. Na het ontvangen van de e-mail wisten de ouders nog weinig over de klankbordgroepen. Waarom worden de klankbordgroepen opgericht? Wat is het doel van de klankbordgroepen? Voor wie zijn de klankbordgroepen? Hoe vaak zullen de klankbordgroepen plaatsvinden? Etcetera. Om de klankbordgroepen een succes te maken moeten ouders hun kennis over de klankbordgroepen vergroten en moet de school meer informatie bieden.

In schooljaar 2013-2014 moet 85% van de ouders met de klankbordgroepen bekend zijn. Dit is meer dan driekwart van de ouders, maar met een duidelijke strategie moet dit geen probleem zijn. Door de lat hoog te leggen, moet de inzet ook groot zijn. Afgelopen schooljaar hebben de ouders te weinig informatie over de klankbordgroepen ontvangen. Door de inzet van communicatiemiddelen uit te breiden en te verbreden worden direct veel meer ouders met de klankbordgroepen bekend.

- **In schooljaar 2013-2014 voelt 45% van de ouders de behoefte om bij de school betrokken te worden** *(houding)*

Als het doel achter de klankbordgroepen duidelijk is en zij weten waarom het van belang is dat zij bij de school van hun kinderen betrokken zijn, zullen zij anders tegen de klankbordgroepen aan gaan kijken, dan wanneer zij slechts een uitnodiging krijgen voor een avond waarvan het doel onbekend is. Als zij weten waarom de klankbordgroepen georganiseerd worden, is het voor hen interessanter om deel te nemen dan wanneer zij niet weten waar de avond voor georganiseerd wordt. Het doel en de achterliggende gedachte moet duidelijk zijn om de houding van ouders te veranderen en hun behoefte om bij de school betrokken te worden te vergroten.

In schooljaar 2013-2014 voelt 45% van de ouders de behoefte om bij de school betrokken te worden. CSW kan niet verwachten dat direct de helft van de ouders hun houding verandert, maar moet dit wel willen. Daarom is iets minder dan de helft een goed streven..

- **In schooljaar 2013-2014 neemt 20% van de ouders deel aan de klankbordgroepen** *(gedrag)*

Als ouders eenmaal weten wat de klankbordgroepen zijn, waar deze voor dienen en wat CSW ermee wilt bereiken, zal voor hen de stap kleiner zijn om er aan deel te nemen. Het is van belang om hen aan te sporen. De vraag is of dit kan door ouders enkel een e-mail en een reminder te sturen. Gekeken naar het aantal leerlingen en ouders en de opkomst op CSW Van de Perre, moet het haalbaar zijn om in schooljaar 2013-2014 20% van de ouders aan de klankbordgroepen deel te laten nemen.

4.3 Doelgroepen benaderen

Om doelgroepen zo effectief mogelijk aan te spreken, is het van belang dat zij op de juiste manier benaderd worden. Dit kan op veel verschillende manieren en om de juiste manier te bepalen moet gekeken worden naar de doelgroep en het uiteindelijke doel.

CSW gaat voor een directe benadering en neemt de organisatie zelf op zich. Het is een organisatie met een top-downstructuur, wat inhoudt dat er voornamelijk via een weg gecommuniceerd wordt. CSW wil nu de dialoog met ouders aangaan, dus is het van belang dat die top-downstructuur in deze strategie wordt uitgeschakeld. Als CSW direct openstaat voor commentaar of input van ouders, laat de school zien dat meedenken gewaardeerd wordt en dat wil de school ook bereiken.

Het is van belang dat CSW proactief is. De school moet ouders van informatie voorzien, voor zij vragen gaan stellen. Ouders moeten vragen kunnen stellen, maar dit moeten geen inhoudelijke vragen zijn. Het doel en in de inhoud van de klankbordgroepen moet voor ouders volledig en duidelijk zijn.

Om ouders aan te spreken en het belang van hun betrokkenheid te benadrukken, moeten zij op een emotionele manier aangesproken worden. Er moet benadrukt worden dat ouderparticipatie ook in hun eigen belang en dat van hun kind is en dat het niet alleen voor de school, maar ook voor de leerlingen grote voordelen heeft. Door in te spelen op emoties zullen ouders eerder interesse krijgen dan wanneer zij rationeel benaderd worden. Het positieve van de klankbordgroepen voor ouders moet benadrukt worden. Inspelen op emoties is makkelijker bij een open en vertrouwelijke sfeer. De sfeer in de communicatie-uitingen en bij de bijeenkomsten moet niet te formeel zijn. Een formele sfeer houdt een afstand tussen ouders en medewerkers en dat werkt niet in het voordeel van de dialoog.

Een individuele benadering sluit hierop aan. Spreek ouders persoonlijk aan, ook al wordt er met alle ouders tegelijk gecommuniceerd. Een brief moet gericht zijn aan een ouder en niet aan alle ouders tegelijk. Ook een folder moet in een directe aanspreekvorm geschreven zijn en geen groepen benaderen. Ook een individuele benadering heeft invloed op de sfeer en afstand tussen de ouders en de school.

Om de doelstellingen te kunnen bereiken moet een gefaseerde benadering worden gehanteerd. Stap voor stap moeten de ouders meer te weten komen, zodat zij hun eerst hun kennis vergroten, vervolgens hun houding aanpassen en daarna hun gedrag veranderen. Als ouders in een keer alle informatie krijgen worden ze overspoeld met informatie en zullen de communicatiedoelen niet bereikt worden. De stappen zullen gedurende het hele schooljaar plaats vinden. Elke stap komt dichterbij de bijeenkomsten en zal bijdragen aan veranderingen in de kennis, houding en gedrag van de doelgroepen.

Om via de verschillende stappen ook zoveel mogelijk ouders te bereiken, moet er multimediaal gecommuniceerd worden. Niet alle ouders kijken dagelijks op de website en niet alle ouders lezen de schoolgids. Door het inzetten van verschillende middelen wordt de doelgroep breed en via verschillende wegen benaderd. De kans dat ouders met de klankbordgroepen in aanraking komen wordt sterk vergroot wanneer de communicatie op meerdere manieren verspreid wordt.

4.4 Boodschap

Om te zorgen dat alle ouders dezelfde informatie krijgen, is het van belang om de centrale boodschap in alle communicatie-uitingen terug te laten komen. De boodschap houdt in dat alle ouders naar de klankbordgroepen moeten komen. Om de boodschap overal duidelijk te maken, moet een slogan aan de

klankbordgroepen worden verbonden. Als ouders een slogan vaker lezen, wordt direct duidelijk waarover gecommuniceerd wordt. Een slogan hiervoor kan zijn: 'Denk mee met CSW'.

4.5 Strategie

Ouderbetrokkenheid is belangrijk voor CSW. Om telkens de beste kwaliteit te kunnen blijven bieden, wil CSW van ouders weten hoe zij over de school, het onderwijs en het beleid denken. Door middel van ouderklankbordgroepen maakt CSW de communicatie tussen ouders en school makkelijker en kunnen deze onderwerpen direct besproken worden. CSW Toorop wil de opkomst naar de klankbordgroepen vergroten.

De doelgroepen van de klankbordgroepen op CSW Toorop zijn ouders van zowel VMBO (met LWOO) als MAVO en van zowel boven- als onderbouwleerlingen. Indirect zijn ook potentiële ouders bij dit traject betrokken. Door hen zo vroeg mogelijk te informeren over de ouderklankbordgroepen en de waarde van ouderbetrokkenheid voor CSW, is voor hen direct duidelijk hoe CSW hiermee omgaat. Om de opkomst te vergroten moeten hun kennis, houding en gedrag ten opzichte van de klankbordgroepen vergroten en veranderen.

Vergoot kennis over ouderklankbordgroepen door:

- Informatie over de klankbordgroepen in de schoolgids en op de website
- Het belang van goed onderwijs en ouderbetrokkenheid op voorlichtingsavonden en open dagen te vermelden

Vergroot de behoefte om betrokken te worden door:

- Ouders een folder over de klankbordgroepen te sturen
- De folder over de klankbordgroepen op de website te zetten
- Ouders de kans te geven om vragen over de klankbordgroepen te stellen

Spoor ouders aan om aan de klankbordgroepen deel te nemen door:

- Een aankondiging van de klankbordgroepen via e-mail
- Een persoonlijke uitnodiging per post
- Een reminder via e-mail

4.6 Middeleninzet

De doelstellingen moeten door middel van communicatiekanalen en -middelen waargemaakt worden. De meeste middelen die ingezet worden, zijn op CSW nu al voor andere doeleinden in gebruik. Het afgelopen schooljaar zijn de klankbordgroepen nauwelijks gepromoot. Door middel van (kleine) aanpassingen in het gebruik en de inzet van de communicatiemiddelen zal doelstelling zo effectief mogelijk worden bereikt.

4.6.1 Communicatiekanalen- en middelen

Website

De website wordt ingezet om de kennis van ouders te vergroten.

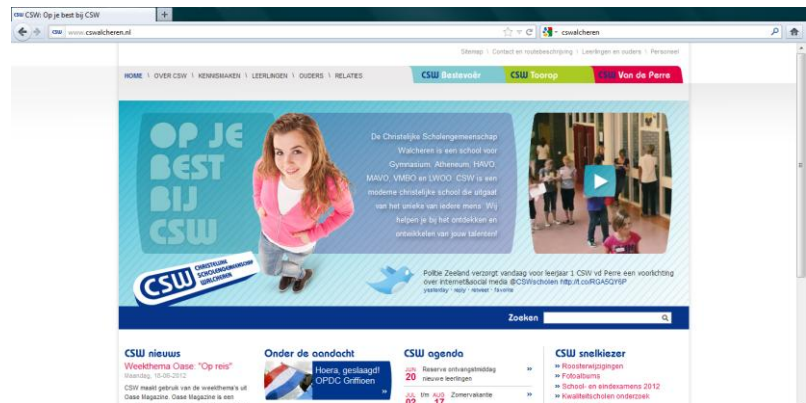
Momenteel staat er nog geen informatie over de ouderklankbordgroepen op de website. Onder het kopje 'ouders' moet een informatief stuk over de

ouderklankbordgroepen komen te staan. In dit stuk moet het doel en in de globale inhoud van

de klankbordgroepen duidelijk naar voren komen. Ook de doelgroep moet direct duidelijk zijn, zodat ouders zich gelijk aangesproken voelen

Het is van belang dat de term 'ouderklankbordgroep' op meerdere plekken op de website vernoemd wordt, zodat ouders de term gaan herkennen en er benieuwd naar worden. Ook moet de informatie over de klankbordgroepen tijdelijk op de homepage in het kopje 'onder de aandacht' komen te staan, zodat het direct opvalt bij iedereen die de website bezoekt.

Ook voor potentiële ouders is het handig als de informatie over de klankbordgroepen op de website staat. Zij zullen de website gebruiken om op de school te oriënteren en zo wordt de visie van de school op ouderbetrokkenheid en hoe zij daarmee omgaat direct duidelijk.



Figuur 6: Website van CSW

Schoolgids

Ook via de schoolgids de kennis vergroot worden. Het zelfde stuk dat op de website komt te staan, moet ook in de schoolgids worden opgenomen. Leerlingen krijgen de schoolgids bij de jaaropening mee naar huis en in de schoolgids staat alle informatie die ouders voor het komende schooljaar moeten weten. Daarom zal de schoolgids vaak bewaard worden en indien nodig opnieuw gelezen worden. Informatie kan dus meerdere keren gelezen. Een digitale versie van de schoolgids moet op de website komen te staan.

Voorlichting en open dagen

De voorlichtingsavonden en open dagen dragen vooral bij aan het informeren van potentiële ouders. Op deze dagen moet ook aandacht aan de ouderklankbordgroepen worden besteed. De groepen moeten in de presentatie worden opgenomen. Een deelnemer van de klankbordgroepen kan ouders uitgebreid vertellen wat de klankbordgroepen inhouden en wat het doel ervan is. Ouders hebben direct de gelegenheid tot vragenstellen of het starten van een conversatie over de groepen/ouderbetrokkenheid in het algemeen. Voorlichtingsavonden en open dagen zijn geschikt om veel mensen te laten zien wat je als school te bieden hebt.

Folder

Als de ouders geïnformeerd zijn moet hun houding gaan veranderen. Naast de huidige folders die CSW al heeft uitgebracht, moet er een folder over de klankbordgroepen komen. Net als op de website en in de

schoolgids moet er een informatieve tekst over de klankbordgroepen in de folder komen te staan. De folder moet de ouders aan het denken zetten en uitnodigend zijn naar ouders. De data van de eerstvolgende klankbordgroepen van dat schooljaar moeten in de folder worden vermeld, zodat deze ruim van tevoren bij ouders bekend zijn en zij over deelname na kunnen denken. De folder moet op de website gezet worden, zodat geïnteresseerden een exemplaar kunnen downloaden.

E-mailadres

Voor de klankbordgroepen en ouderbetrokkenheid moet een apart e-mailadres worden aangemaakt. Het e-mailadres moet op de website, in de schoolgids en in de folder vermeld staan. Via dit e-mailadres kunnen ouders zich aanmelden voor de klankbordgroepen, maar ook kunnen zij hier terecht voor vragen over betrokkenheid en andere zaken omtrent de klankbordgroepen. Een e-mailadres dat speciaal op ouderbetrokkenheid is gericht, maakt voor ouders de drempel om vragen te stellen lager. Zij hoeven geen docenten op hun e-mailadres 'lastig te vallen', maar komen met hun vragen direct op de goede plek terecht. Op deze manier laat de school merken open te staan voor vragen, opmerkingen en tips en zullen ouders zich serieus genomen voelen. Doordat de conversatie over de klankbordgroepen en betrokkenheid op deze manier sneller wordt gestart, zullen ouders hun houding aanpassen.

Digitale aankondiging

Net als in afgelopen schooljaar, zullen ouders een digitale aankondiging van de klankbordgroepen ontvangen. De e-mail van afgelopen schooljaar (zie bijlage 2) moet worden aangepast. De e-mail moet informeler overkomen en moet ouders het gevoel geven dat hun aanwezigheid echt nuttig is en gewaardeerd wordt.

Doordat de data onder andere al op de website en in de folder staan vermeld, zullen de ouders al enigszins van de datum op de hoogte zijn. Een digitale aankondiging zal voldoende zijn om ouders zich aan de klankbordgroepen te herinneren. Omdat ouders nu op de hoogte zijn van het doel en de inhoud van de klankbordgroepen en zij al langer op de hoogte zijn van de data waarop de klankbordgroepen plaatsvinden, zullen zij zich eerder aanmelden dan voorheen.

Uitnodigingsbrief

De huidige uitnodigingsbrief (zie bijlage 3) moet op dezelfde manier als de aankondiging worden aangepast. De uitnodiging moet informeler en moet ouders overtuigen dat zij de klankbordgroep niet willen missen. De brief zal voortaan per post worden verstuurd. Een brief komt persoonlijker over dan een e-mail en zal sneller een tweede keer gelezen worden, waardoor mensen die over deelname twijfelen later toch van deelname overtuigd kunnen worden.

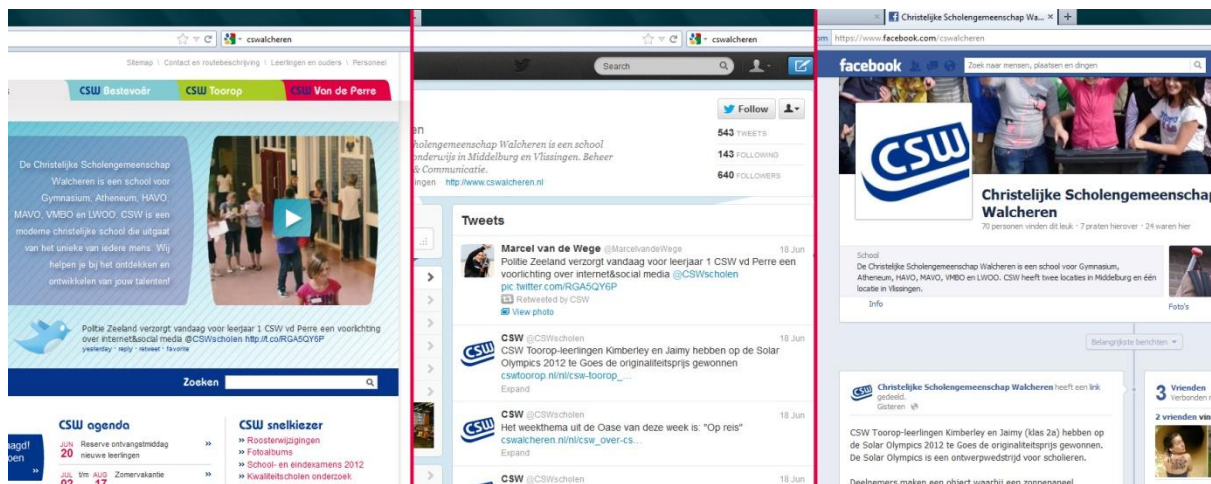
Digitale reminder

Voor de herinnering aan de klankbordgroepen geldt hetzelfde als voor de aankondiging. De reminder moet voor ouders het laatste zetje in de rug zijn.

Social media

Social media worden op CSW al goed gebruikt, maar kunnen helpen bij het verspreiden van informatie over

de ouderklankbordgroepen. Facebook en Twitter gaan helpen bij het crossmediaal inzetten van communicatiemiddelen. Informatie over de klankbordgroepen kan getweet of geshared worden als reminder voor de klankbordgroepen of om ouders bewust te laten worden van het belang van de groepen en betrokkenheid bij de school.



Figuur 7: CSW en social media

Enquête

Om er achter te komen of de communicatiestrategie heeft gewerkt en hoe de ouders de klankbordgroepen hebben ervaren, moet het hele traject geëvalueerd worden. Een enquête is hiervoor de meest gangbare manier. Om te kunnen meten of de doelstellingen behaald zijn, moet voorafgaande aan het traject een nulmeting worden gedaan. Via een korte enquête onder ouders, moet CSW te weten komen in hoeverre zij nu bekend zijn met de klankbordgroepen. De uitslag van deze enquête kan vervolgens vergeleken worden met de uitslag van een nameting. In paragraaf 5.4 wordt hier dieper op ingegaan.

4.6.2 Algemene adviezen

Tijdens het communicatietraject voorafgaande aan de bijeenkomsten, moet CSW de volgende zaken niet vergeten.

- **Gebruik social media om ouders te bereiken:** Zoals in paragraaf 3.2.2 te lezen is, maakt CSW veel gebruik van social media. Ook deze kunnen ingezet worden om ouders te bereiken. Als informatie over de klankbordgroepen op de website gezet wordt, kan dit via Twitter snel gedeeld worden met ouders die CSW op Twitter volgen. Voor Facebook geldt dit hetzelfde. Ouders die de schoolgids niet lezen, maar wel van social media gebruik maken zullen dan toch met de klankbordgroepen bekend worden.
- **Werk crossmediaal:** Zet verschillende media in en laat deze samenwerken. Zoals hierboven al gezegd wordt, is het belangrijk om verschillende media naar elkaar te laten verwijzen. Dit gaat niet alleen om digitale media. In de schoolgids kan naar de website en brochures of folders verwezen en andersom. Ook social media kunnen via folders en brochures gepromoot worden. Crossmediaal werken is handig om een boodschap te versterken en de doelgroep zo goed mogelijk te bereiken.

- Maak de klankbordgroepen uitnodigend en informeel: Hoewel de klankbordgroepen van serieuze aard zijn, betekent dat niet dat de sfeer niet informeel kan zijn. Als de bijeenkomst naast nuttig ook gezellig is, zullen ouders eerder nogmaals aan de klankbordgroepen deelnemen dan wanneer de sfeer kil en afstandelijk is. CSW moet proberen een conversatie tussen de ouders te starten. Deze moet wel worden geleid, maar er moet geen vraag-antwoordgesprek ontstaan. Zorg voor koffie/thee met wat lekker erbij.

5 Organisatie en evaluatie

Hoofdstuk 4 bevat de strategie om de doelstellingen van CSW omtrent ouderbetrokkenheid te bereiken. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de werkwijze, kosten en evaluatie van deze strategie en inzet van communicatiemiddelen.

5.1 Planning

Het is van belang dat CSW de strategie gestructureerd uitvoert. Onderstaande planning zal bijdrage aan het uitvoeren van de strategie. Hierbij wordt er van uitgegaan dat de klankbordgroepen in schooljaar 2012-2013 wederom in april plaatsvinden.

	jul-12	aug-12	sep-12	okt-12	nov-12	dec-12	jan-13	feb-13	mrt-13	apr-13
Informatie op de website										
Informatie in de schoolgids										
Folder ontwerpen										
E-mailadres aanmaken										
Social media inzetten										
Contact met ouders via e-mailadres										
Informeren op voorlichtingsavonden										
Informeren op open dagen										
Folder naar ouders toesturen										
Aankondiging naar ouders mailen										
Uitnodiging naar ouders per post										
Reminder naar ouders via e-mail										
Klankbordgroepen										
Klankbordgroepen evalueren										

Figuur 8: Strokenplanning ouderbetrokkenheid schooljaar 2012-2013

Figuur 8 geeft een tijdsplanning voor schooljaar 2012-2013 weer. In deze planning staat alleen wat wanneer moet gebeuren, niet wie het gaat uitvoeren. Hieronder volgt een uitgebreide planning van de uitvoering van de strategie.

Wat	Wie	Wanneer	Opmerkingen
Informatie op de website	Denise Guequière	Augustus 2012	Te bewerken via CMS-systeem
Informatie in de schoolgids	Denise Guequière	Juli 2012	Hierna laten drukken bij Drukkerij Verhage & Zoon
Folder ontwerpen	Denise Guequière	Juli 2012	Hierna laten drukken bij

			Drukkerij Verhage & Zoon
E-mailadres aanmaken	ICT	Augustus 2012	
Social media inzetten	Denise Guequière	Juli 2012	
Crossmediaal werken	Denise Guequière	Juli 2012	Verwijzingen in drukwerk en digitale middelen.
Contact met ouders via e-mailadres	Marja Luhrman	Gehele schooljaar	Kan naast het reguliere werk
Informeren op voorlichtingsavonden	Dick Hoeksema	Voorlichtingsavonden voor de open dagen	Benadruk het belang van ouderbetrokkenheid
Informeren op open dagen	Jur Heeres, docenten	Folders meegeven indien gewenst	Benadruk het belang van ouderbetrokkenheid
Folder naar ouders toesturen	Centrale administratie	November 2012	Alleen naar ouders van leerjaar 1 en 2
Aankondiging naar ouders mailen	Marja Luhrman in naam van Jur Heeres	Januari 2013	Alleen naar ouders van leerjaar 1 en 2
Uitnodiging naar ouders per post	Centrale administratie in naam van Jur Heeres	Februari 2013	Alleen naar ouders van leerjaar 1 en 2
Reminder naar ouders via e-mail	Marja Luhrman in naam van Jur Heeres	Maart 2013	Alleen naar ouders van leerjaar 1 en 2
Klankbordgroepen	Jur Heeres en betrokken docenten	April 2013	
Klankbordgroepen evalueren met ouders	Jur Heeres en betrokken docenten	April 2013	Direct na de klankbordgroepen
Klankbordgroepen evalueren met docenten	Jur Heeres en andere betrokkenen	Mei 2013	Wat moet schooljaar 2013-2014 anders?

Tabel 1: planning ouderbetrokkenheid schooljaar 2012-2013

De handelingen die moeten gebeuren, zijn allemaal handelingen die vrij weinig tijd kosten. Het ontwerpen van de folder en het wachten tot de folder en de schoolgids gedrukt zijn, zal het langst duren. Veel bezigheden (bijvoorbeeld het bijhouden van social media en het organiseren van open dagen en voorlichtingsavonden) worden nu al uitgevoerd, maar worden uitgebreid met het verspreiden van informatie over de ouderklankbordgroepen, of moeten op een andere manier gebeuren.

5.2 Begroting

Wat	Extra kosten voor CSW?	Benodigd budget
Informatie op de website	Nee, via een CMS-systeem kan CSW zelf informatie wijzigen of toevoegen	n.v.t.
Informatie in de schoolgids	Nee, de schoolgidsen worden sowieso gedrukt. Extra tekst maakt dit niet duurder.	n.v.t.
Folder ontwerpen	Ja, het ontwerp wordt gemaakt door de afdelingcommunicatie, maar het drukken kost geld.	1000 x folder A5formaat = €146,28 incl. btw ¹⁹
E-mailadres aanmaken	Nee, de webhosting van CSW is zo geregeld dat er kosteloos extra e-mailadressen aangemaakt kunnen worden.	n.v.t.
Social media inzetten	Nee, social media worden al ingezet en worden aangevuld met informatie over de klankbordgroepen.	n.v.t.
Contact met ouders via e-mailadres	Nee, omdat het e-mailadres voor een specifiek onderwerp bedoeld is zal er veel minder naar ge-e-maild worden dan naar een algemeen e-mailadres. Hierdoor kan het bijhouden van de e-mail naast het reguliere werk gebeuren en zal het geen extra mankracht kosten.	n.v.t.
Informeren op voorlichtingsavonden	Nee, de avonden worden al georganiseerd en zullen dus niets extra kosten. Er zullen wat aanpassingen aan de voorlichtingspresentaties gedaan moeten worden, maar ook dit kan kosteloos.	n.v.t.
Informeren op open dagen	Nee, de open dagen worden al	n.v.t.

¹⁹ <http://www.drukkerijverhage.nl/drukken.html>

	georganiseerd en zullen dus niets extra kosten. Er zullen wat aanpassingen aan de presentaties gedaan moeten worden, maar ook dit kan kosteloos.	
Folder naar ouders toesturen	Ja, het verpakkingsmateriaal. Verzendkosten worden geregeld via port betaald.	500 x A4formaat met logo = €68,26 incl. btw ²⁰
Aankondiging naar ouders mailen	Nee.	n.v.t.
Uitnodiging naar ouders per post	Ja, net als voor de folder geldt dat verpakkingsmateriaal kost. Verzendkosten worden geregeld via port betaald.	500 x A5formaat met logo = €52,54 incl. btw ²¹
Reminder naar ouders via e-mail	Nee.	n.v.t.
Klankbordgroepen	Ja, er moet voor wat lekkers worden gezorgd. Koffie en thee heeft CSW al.	35 /12 stroopwafels in 1 pak = 2,9 ≈ 3 3 pakjes x €1,13 = €3,39 ²²
Klankbordgroepen evalueren met ouders	Nee, het evalueren volgt direct op de klankbordgroep en zal niets extra's kosten. Het benodigde materiaal heeft CSW al in bezit.	n.v.t.
Klankbordgroepen evalueren met docenten	Nee.	n.v.t.
Totaal benodigd budget:		€270,47

Tabel 2: Benodigd budget voor ouderklankbordgroepen

5.4 Evaluatie

Om te controleren of de doelstellingen zijn behaald, moet na de klankbordgroep geëvalueerd worden. Dit moet zowel met de ouders als met het personeel van CSW gedaan worden.

Om te weten of de doelstellingen behaald zijn, moet onderzocht worden hoe de informatievoorziening en kennis van ouders rondom de klankbordgroepen tot nu toe is. Aan het eind van de zomervakantie/het begin van schooljaar 2012-2013 moeten een nulmeting gehouden worden. Alle ouders zullen een enquête ontvangen welke inzicht moet bieden in de mate waarop ouders tot nu toe bekend zijn met de

²⁰

www.123envelop.com/index.asp?strPagetype=productstaffel&intHoofdgroepID=114&intProductID=619&intHoofdgroepProductKoppelID=0&blnSefURL=true&switchvat=1

²¹

<http://www.123envelop.com/index.asp?strPagetype=productstaffel&intHoofdgroepID=114&intProductID=617&intHoofdgroepProductKoppelID=0&blnSefURL=true&switchvat=1>

²² Uitgegaan van Albert Heijn huismerk stroopwafels à €1,13 per pakje van 12 stroopwafels

ouderklankbordgroepen. Weten zij het doel van de klankbordgroepen? Weten zij hoe een klankbordgroep eruit ziet? Weten zij wat er van hen verwacht wordt? In hoeverre is deelname aan een klankbordgroep voor hen interessant? Hebben zij al deelgenomen aan de klankbordgroepen in afgelopen schooljaar? Etc. De vragen moeten een duidelijk inzicht geven over hoe ouders het oude communicatietraject rondom de klankbordgroepen hebben ervaren, of zij weten wat de klankbordgroepen inhouden, of zij aan de klankbordgroepen hebben deelgenomen en zo ja, hoe zij dit ervaren hebben. Het is pas meetbaar of de doelstellingen zijn behaald als duidelijk is hoe de beginsituatie eruit ziet.

Na de bijeenkomst moet een nameting gehouden worden, wederom in de vorm van een enquête. De enquête zal inzicht geven in de mening van ouders over de klankbordgroepen. Hebben zij deelgenomen? Waarom wel/niet? Vonden zij de klankbordgroepen nuttig? Hadden de klankbordgroepen toegevoegde waarde voor hen? Was het doel van de klankbordgroepen vooraf duidelijk? Hoe vonden zij de informatievoorziening rondom de klankbordgroepen? Hoe werden zij met de klankbordgroepen bekend? Etc.

De enquête zal inzicht geven in de mening van de deelnemende ouders over de avonden zelf, maar ook ouders die niet aan de klankbordgroepen hebben deelgenomen kunnen hun mening geven over het traject daar naar toe. Naast gesloten vragen moet er ruimte zijn voor eigen meningen, tips en opmerkingen.

De uitkomsten van de nulmeting en de nameting moeten naast elkaar gelegd worden. Hierna kan geconcludeerd worden of de klankbordgroepen succesvol waren en of de doelstellingen zijn bereikt. De uitkomsten van de enquêtes moet ook gebruikt worden bij de organisatie van de ouderklankbordgroepen in schooljaar 2013-2014.

De enquêtes kunnen digitaal worden opgesteld, verstuurd en ingevuld. Dit kan gratis via verschillende websites en is voor ouders makkelijker dan het retourneren van een papieren enquête en de enquêteresultaten kunnen op deze manier makkelijk en snel verwerkt worden.

Ook intern moeten de klankbordgroepen geëvalueerd worden. Hierbij moet vooral worden gekeken naar het traject dat aan de klankbordgroepen is vooraf gegaan en wat er volgende keer beter moet. Deze evaluaties kunnen mondeling plaatsvinden. De evaluaties met het betrokken personeel en met de ouders moeten leiden tot een nog betere opkomst van de klankbordgroepen in schooljaar 2013-2014.

Geraadpleegde literatuur

- Bereikcijfers PZC: <http://www.bndestemadvertiser.nl/profiel-en-bereik/bereikcijfers>, gebruikt: zaterdag 2 juni 2012
- Christelijke Scholengemeenschap Walcheren (2012), *Overzicht leerlingaantallen 2007-2012*, Middelburg: eigen uitgave
- Christelijke Scholengemeenschap Walcheren (2007), *Schoolplan 2007-2011*, Middelburg: eigen uitgave
- Facebook: <http://www.facebook.com>, meerdere malen gebruikt
- Kosten drukwerk: <http://www.drukkerijverhage.nl/drukken.html>, gebruikt: zondag 11 juni 2012
- Kosten enveloppen: <http://www.123envelop.com/home/papieren-enveloppen>, gebruikt: zondag 11 juni 2012
- Michels, W.J., (2010), *Communicatie handboek*, Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff
- Twitter: <http://www.twitter.com>, meerdere malen gebruikt
- Website Calvijn College: <http://www.calvincollege.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website CSW: <http://www.cswalcheren.nl>, gebruikt gedurende hele afstudeerperiode
- Website KPC Groep: <http://www.kpcgroep.nl/Voortgezet-onderwijs/Profesionele-organisatie/VO2-Ouderparticipatie.aspx>, gebruikt: dinsdag 19 juni 2012
- Website Nehalennia: <http://www.nehalennia.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Ostrea Lyceum: <http://www.ostrealyceum.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Pontes Scholengroep: <http://www.pontes.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Reynaertcollege: <http://www.reynaert.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Scheldemond: <http://www.scheldemond.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Zeldenrust Steelantcollege: <http://www.zsc.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Website Zwin College: <http://www.zwincollege.nl>, gebruikt: woensdag 23 mei 2012
- Webwinkel Albert Heijn: <http://webwinkel.ah.nl>, gebruikt: zondag 11 juni 2012

Bijlagen



Onderwijsvormen uitgelegd

Het voortgezet onderwijs in Nederland kent vier niveaus:

VMBO = Voorbereidend Middelbaar Beroepsonderwijs,

MAVO = Middelbaar Algemeen Voortgezet Onderwijs

HAVO = Hoger Algemeen Voortgezet Onderwijs

VWO = Voorbereiden Wetenschappelijk Onderwijs

VMBO

VMBO is onder te verdelen in vier richtingen:

- VMBO-b, de basis beroepsgerichte leerweg: Leerlingen die praktisch zijn ingesteld en niet zo makkelijk kunnen leren, kunnen kiezen voor VMBO-b. Leerlingen doen examen in vier algemene vakken en een praktijkvak. Het examenprogramma is minder uitgebreid en daardoor minder zwaar dan bij VMBO-k. Doordat leerlingen minder vakken hebben, hebben ze minder verschillende docenten en dat maakt het onderwijs voor hen overzichtelijker. Na het VMBO kunnen deze leerlingen doorstromen naar MBO niveau 2.
- VMBO-k, de kader beroepsgerichte leerweg: VMBO-k is te vergelijken met het oud VBO. In de brugklas komen de leerlingen in aanraking met verschillende beroepsvaardigheden. In de laatste jaren kiezen de leerlingen een sector en bouwen ze de kennis over hun vakgebied al verder uit. Er wordt veel tijd besteedt aan de beroepsgerichte vakken, maar ook krijgen de leerlingen les in de algemene vakken. Na VMBO-k kunnen de leerlingen MBO niveau 3 of 4 gaan volgen.

Sommige leerlingen hebben extra begeleiding nodig. Dit kan komen door een leerachterstand of sociaal-emotionele problemen. Deze leerlingen kunnen leerweg ondersteunden onderwijs (LWOO) krijgen. LWOO staat voor leerweg ondersteunend onderwijs. De leerlingen volgen dan het gewone VMBO onderwijs, maar krijgen hierbij extra begeleiding. Soms worden er speciale LWOO-klassen gevormd.

Elke leerling kiest een sector waarin hij of zij verder wilt. Je kiest hiermee je vakkenpakket met ruimte voor een of twee vrije vakken. In de laatste twee jaar van het voortgezet onderwijs gaan de leerlingen met hun sector aan de slag en krijgen ze beroepsvaardigheden aangeleerd, vaak door middel van praktijklessen.

- Zorg en Welzijn
- Techniek
- Economie
- Landbouw (alleen MAVO)

MAVO

MAVO is een stap hoger dan VMBO en is theoretischer. Leerlingen kiezen ook hier een van bovenstaande

sectoren, maar het onderwijs is theoretischer dan op het VMBO. MAVO-leerlingen kunnen doorstromen naar MBO niveau 3 of 4, of HAVO 4.

HAVO

HAVO is het één na hoogste niveau binnen het voortgezet onderwijs. Een HAVO-opleiding duurt vijf jaar en daarmee een jaar langer dan VMBO of MAVO. HAVO-leerlingen worden breed opgeleid en kiezen in hun derde jaar een profiel dat bepalend is voor het vakkenpakket van jaar vier en vijf. Er bestaan vier profielen: Cultuur & Maatschappij (C&M), Economie & Maatschappij (E&M), Natuur & Gezondheid (N&G) en Natuur & Techniek (N&T). Na de HAVO kunnen leerlingen een HBO-opleiding volgen, of overstappen naar VWO 5.

VWO

VWO is het hoogste niveau en duurt zes jaar. Er zijn twee varianten: atheneum en gymnasium. Gymnasium is hetzelfde als atheneum, maar gymnasiumleerlingen krijgen naast het atheneumvakkenpakket ook nog Latijn en Grieks. Op het VWO wordt gewerkt met dezelfde profielen als op de HAVO. VWO leerlingen kunnen na het voortgezet onderwijs een universitaire studie volgen.



Vooraankondiging klankbordgroepen

Onderstaande e-mail is naar de ouders verstuurd om de ouderklankbordgroepen aan te kondigen.

VMBO en MAVO

Bezoekadres

Sir Winston Churchilllaan 8
4333 BC Middelburg

Aan de ouder(s)/verzorger(s)
van de leerlingen van de onderbouw
VMBObk en MAVO van CSW Toorop

Postadres

Postbus 541
4330 AM Middelburg
t 0118 652100
f 0118 652129

www.cswalcheren.nl
cswtoorop@cswalcheren.nl

Datum

15 maart 2012

Uw kenmerk

Ons kenmerk

hrs.159/lun

Betreft

Vooraankondiging Ouderklankbordgroepen

Geachte ouder(s)/verzorger(s),

CSW is geïnteresseerd in uw mening over het onderwijs dat wij geven in de onderbouw van het VMBO en MAVO en de wijze waarop wij uw zoon of dochter daarbij begeleiden en stelt om die reden ouderklankbordgroepen in.

Een klankbordgroepoverleg is iets anders dan een reguliere ouderavond. Het gaat niet zozeer om wat de school aan u te vertellen heeft, maar veel meer over wat u aan de school wilt vertellen.

Met dit schrijven wil ik u een vooraankondiging doen van twee bijeenkomsten van de ouderklankbordgroep, te weten een bijeenkomst op woensdag 4 april 2012 voor de onderbouw VMBObk en een bijeenkomst op woensdag 18 april 2012 voor de onderbouw MAVO. Beide avonden zullen plaatshebben op de locatie Sir Winston Churchilllaan 8 te Middelburg. De avonden worden door ondergetekende geleid, samen met een lid van de locatieraad.

Ik hoop dat uw belangstelling voor de ouderklankbordgroepen hiermee is gewekt en dat u bij belangstelling de datum vast wilt reserveren.

De definitieve uitnodiging wordt binnenkort verzonden.

Met vriendelijke groet,

J. Heeres

Directeur VMBO en MAVO



Uitnodiging klankbordgroepen

Onderstaande e-mails bevatten een uitnodiging voor ouders om aan de klankbordgroepen deel te nemen. De eerste e-mail is gericht aan ouders van onderbouwleerlingen van het VMBO, de tweede e-mail is gericht aan ouders van onderbouwleerlingen van de MAVO.

VMBO en MAVO

Bezoekadres

Sir Winston Churchillaan 8
4333 BC Middelburg

Aan de ouder(s)/verzorger(s)
van de leerlingen van de onderbouw
leerjaar 1 en 2 VMBObk/LWOO

Postadres

Postbus 541
4330 AM Middelburg
t 0118 652100
f 0118 652129

www.cswalcheren.nl
cswtoorop@cswalcheren.nl

Datum

28 maart 2012

Uw kenmerk

Ons kenmerk

hrs.178/lun

Betreft

Klankbordgroepoverleg

Geachte ouder(s)/verzorger(s),

Met mijn brief van 15 maart j.l. heb ik u een vooraankondiging gedaan van het instellen door CSW Toorop van ouderklankbordgroepen.

Met dit schrijven nodig ik u van harte uit om deel te nemen aan een klankbordgroepoverleg.

Zoals ik in mijn brief van 15 maart al schreef, is een klankbordgroepoverleg iets anders dan een reguliere ouderavond. Het gaat niet zozeer om wat de school aan u te vertellen heeft, maar veel meer over wat u aan de school wilt vertellen.

Voor de ouders/verzorgers van leerlingen van leerjaar 1 en leerjaar 2 VMBObk/LWOO is het klankbordgroepoverleg op

woensdag 4 april 2012
Sir Winston Churchillaan 8 te Middelburg
AULA
aanvang 19.30 uur, eindtijd uiterlijk 21.00 uur

Ik wil graag met u van gedachten wisselen over het onderwijs en de begeleiding in de onderbouwklassen van het VMBObk/LWOO en heb daarnaast ook nog vragen als:

- wat vindt u van het gebruik van mobiele telefoons?
- wat vindt u van het rookbeleid?
- wat vindt u van de wijze waarop wij identiteit vormgeven?

Zoals u bekend zal zijn, vragen wij regelmatig aan ouders en leerlingen wat zij vinden van het onderwijs op CSW. Dit doen wij echter altijd via een schriftelijke enquête.

Met de instelling van ouderklankbordgroepen wil ik met u in gesprek, in de verwachting dat er meer boven tafel komt van wat er goed is en versterkt kan worden, maar ook over wat er verbeterd moet worden.

Uw mening telt en is van groot belang voor het verder ontwikkelen van het onderwijs op CSW.

De avond wordt door ondergetekende geleid, samen met een lid van de locatieraad.

Als u belangstelling hebt voor dit klankbordgroepoverleg en wilt deelnemen, kunt u zich aanmelden via onderstaande link.

- *LINK* -

Ik hoop velen van u te mogen begroeten.

Met vriendelijke groet,

J. Heeres
Directeur VMBO en MAVO

VMBO en MAVO

Bezoekadres

Sir Winston Churchillaan 8
4333 BC Middelburg

Aan de ouder(s)/verzorger(s)
van de leerlingen van de onderbouw
leerjaar 1 en 2 MAVO

Postadres

Postbus 541
4330 AM Middelburg
t 0118 652100
f 0118 652129

www.cswalcheren.nl
cswtoorop@cswalcheren.nl

Datum

28 maart 2012

Uw kenmerk

Ons kenmerk

hrs.178/lun

Betreft

Klankbordgroepoverleg

Geachte ouder(s)/verzorger(s),

Met mijn brief van 15 maart j.l. heb ik u een vooraankondiging gedaan van het instellen door CSW Toorop van ouderklankbordgroepen.

Met dit schrijven nodig ik u van harte uit om deel te nemen aan een klankbordgroepoverleg.

Zoals ik in mijn brief van 15 maart al schreef, is een klankbordgroepoverleg iets anders dan een reguliere ouderavond. Het gaat niet zozeer om wat de school aan u te vertellen heeft, maar veel meer over wat u aan de school wilt vertellen.

Voor de ouders/verzorgers van leerlingen van leerjaar 1 en leerjaar 2 VMBObk/LWOO is het klankbordgroepoverleg op

woensdag 18 april 2012
Sir Winston Churchillaan 8 te Middelburg
vergader ruimte N125
aanvang 19.30 uur, eindtijd uiterlijk 21.00 uur

Ik wil graag met u van gedachten wisselen over het onderwijs en de begeleiding in de onderbouwklassen van het VMBObk/LWOO en heb daarnaast ook nog vragen als:

- wat vindt u van het gebruik van mobiele telefoons?
- wat vindt u van het rookbeleid?
- wat vindt u van de wijze waarop wij identiteit vormgeven?

Zoals u bekend zal zijn, vragen wij regelmatig aan ouders en leerlingen wat zij vinden van het onderwijs op CSW. Dit doen wij echter altijd via een schriftelijke enquête.

Met de instelling van ouderklankbordgroepen wil ik met u in gesprek, in de verwachting dat er meer boven tafel komt van wat er goed is en versterkt kan worden, maar ook over wat er verbeterd moet worden.

Uw mening telt en is van groot belang voor het verder ontwikkelen van het onderwijs op CSW.

De avond wordt door ondergetekende geleid, samen met een lid van de locatieraad.

Als u belangstelling hebt voor dit klankbordgroepoverleg en wilt deelnemen, kunt u zich aanmelden via onderstaande link.

- *LINK* -

Ik hoop velen van u te mogen begroeten.

Met vriendelijke groet,

J. Heeres
Directeur VMBO en MAVO