

Een nieuwe positionering voor:



Scriptie
Bachelor Communicatiemanagement

Auteursnaam: W. Termeulen
Plaats en datum: Utrecht, 04 juni 2012
Onderwijsinstelling: Hogeschool Utrecht
Opleiding: Communicatie Management
Opdracht: positionering CNV Onderwijs
Opdrachtgevende organisatie: CNV Onderwijs
Contactpersoon CNV Onderwijs: A. Oerlemans
Begeleider Hogeschool Utrecht: A. Okkerman

Inhoudsopgave

VOORWOORD.....	1
MANAGEMENTSAMENVATTING	2
INLEIDING	3
DEEL I ONDERZOEK	4
HOOFDSTUK 1 DE ORGANISATIE.....	4
1.1 Inleiding.....	4
1.2 Achtergrond organisatie	4
1.3 ProbleemAnalyse	5
HOOFDSTUK 2 ONDERZOEKSOPZET	6
2.1 Inleiding.....	6
2.2 Onderzoeksvragen	6
2.3 Onderzoekverantwoording	6
2.4 Onderzoeksmethode.....	7
2.4.1 Deskresearch.....	8
2.4.2 Literatuuronderzoek	9
2.4.3 Fieldresearch	10
2.5 Onderzoek beperkingen.....	11
Deel II Resultaten	12
HOOFDSTUK 3 IDENTITEIT.....	12
3.1 Inleiding.....	12
3.1 Historie	13
3.2 Bedrijfsoriëntatie	14
3.3 Kerncompetenties	14
3.4 Visie & missie.....	15
3.5 OrganisatieCultuur	16
3.6 Organisatie- en klantwaarden.....	17
3.7 Merkarchitectuur.....	18
3.8 Conclusie.....	19
HOOFDSTUK 4 DOELGROEP ANALYSE	20
4.1 Inleiding.....	20
4.2 Doelgroepen CNV Onderwijs	20
4.3 Primaire doelgroep	20
4.3.1 Potentiele leden.....	20
4.3.2 Kennis, houding en gedrag potentiele leden.....	22
4.3.3 leden.....	24
4.3.4 Kennis, houding en gedrag leden	25
4.4 Secundaire doelgroep	26
4.5 Conclusie.....	27
HOOFDSTUK 5 CONCURRENTIEANALYSE.....	28
5.1 Inleiding.....	28
5.2 Concurrentie op verschillende niveau's.....	28
5.3 De AOB	30
5.4 Concurrentieanalyse AOB	30
5.4 Conclusie.....	33
HOOFDSTUK 6 CONCLUSIE	34
6.1 Inleiding.....	34
6.2 Conclusie.....	34
Deel III Advies	35
Inleiding	35
HOOFDSTUK 7 POSITIONERING	35
7.1 Inleiding.....	35
7.2 Positionering	35
HOOFDSTUK 8 BEREIK	37
8.1 Inleiding.....	37
8.2 Communicatiedoelgroep	37
8.3 Communicatiedoelstellingen.....	38
8.4 Strategie	39
HOOFDSTUK 9 COMMUNICATIE UITINGEN	40
9.1 Inleiding.....	40
9.2 Communicatieboodschap	40
9.3 De campagne.....	41
9.4 Communicatiemix	44
HOOFDSTUK 10 DE UITVOERING	45
10.1 Inleiding	45
10.2 Vooronderzoek.....	45
10.3 Planning	46
10.4 Evaluatie	46
10.5 Kostenbegroting.....	47
10.6 Andere aanbevelingen.....	47
LITERATUURLIJST	49

Voorwoord

Voor u ligt het rapport dat ik heb geschreven in opdracht van CNV Onderwijs. Het doel van dit rapport is het uitbrengen van advies aan CNV Onderwijs over hoe zij zichzelf het beste kunnen positioneren. Tijdens mijn onderzoek ben ik begeleid vanuit de organisatie door mijn stagebegeleider Arjan Oerlemans. Ik wil hem dan ook van harte bedanken voor zijn tijd en de inzichten die hij mij heeft gegeven. Verder wil ik mijn begeleider vanuit mijn opleiding Annette Okkerman bedanken. Zij heeft mij geholpen wanneer ik vragen had en met haar heb ik interessante intervisiebijeenkomsten beleefd. Beide begeleiders hebben altijd voor mij klaar gestaan en mijn dank hiervoor is groot. Naast deze begeleiders ben ik ook geholpen door Yvonne van Brummelen. Zij heeft haar onderzoeken, die zij al eerder verrichtten, met mij gedeeld en heeft mij geholpen bij de uitwerking van mijn eigen onderzoek. Melanie de Zeeuw wil ik ook bedanken zij heeft mij geholpen met het verspreiden van mijn enquêtes. Ook Jeske Hamers en Myriam Lieskamp wil ik bedanken voor het mogen inzien en gebruiken van de onderzoeken die zij voor de organisatie hebben uitgevoerd. Als laatste wil ik mijn collega's, werkend bij CNV Onderwijs, bedanken. Bij hen voelde ik mij altijd thuis en ik heb een ontzettend leuke tijd met hen beleefd.

Managementsamenvatting

Achtergrond informatie over CNV Onderwijs

CNV Onderwijs maakt deel uit van de vakcentrale CNV, dat staat voor Christelijk Nationaal Vakverbond. CNV Onderwijs is een vakvereniging die opkomt voor het welzijn en de belangen van onderwijspersoneel. Zij biedt leden beroepsinhoudelijke informatie, individuele (rechts)bijstand en collectieve belangenbehartiging. De organisatie heeft van oorsprong een Joods-Christelijke achtergrond. Vanuit de Joods-Christelijke traditie zijn de kernwaarden van de organisatie rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid en solidariteit.

Het probleem

De laatste decennia gaat het minder goed met de vakbonden in Nederland. Het ledenaantal is de laatste jaren licht gedaald terwijl de beroepsbevolking in deze periode is gestegen. (CBS. 5 december 2011) CNV Onderwijs merkt hier tot op heden nog weinig van. Toch moet CNV Onderwijs alert blijven en geen starre organisatie worden waardoor zij haar bestaansrecht kwijt kan raken. Binnen CNV Onderwijs is men daarom bezig met het herontdekken van de vakbond en aan het kijken welke vorm ideaal kan zijn om het voortbestaan te waarborgen. Daarbij speelt dat een groot deel van de leden op leeftijd is. Uit de ledencijfers blijkt dat 57,4 % van de leden van CNV Onderwijs, 50 plus is. Om nieuwe (jonge) leden aan te trekken wil CNV Onderwijs zich duidelijk en vernieuwend gaan positioneren om mee te gaan met verschillende ontwikkelingen binnen de markt en de huidige opvattingen van de doelgroepen. Echter is de organisatie er nog niet in geslaagd een duidelijke formeel vastgestelde positionering te formuleren.

Aanbeveling

CNV Onderwijs wordt geadviseerd om de volgende positionering te gebruiken:

CNV Onderwijs is een vakvereniging met een lange geschiedenis die zich richt op alle mensen die werken in het onderwijs. De vakvereniging heeft net als haar leden het doel de kwaliteit van het onderwijs te bewaken. Dit doet zij door het collectief belang van het onderwijspersoneel te behartigen. Daarnaast voelt de organisatie zich verantwoordelijk voor de ontwikkeling van het lid maar ook voor de problemen die een lid kan hebben. CNV Onderwijs wil haar leden een veilig gevoel geven zodat leden weten dat zij altijd terecht kunnen bij CNV Onderwijs en op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen binnen de eigen onderwijssector doordat zij lid zijn. De vakvereniging onderscheidt zich door de persoonlijke relatie die zij met het individuele lid wil aangaan, de betrokkenheid bij het lid en de aandacht die zij een lid kan bieden. Leden hebben een grote stem binnen de vakvereniging en CNV Onderwijs wil met haar leden, net als met haar onderhandelingspartners, graag de dialoog aangaan.

De campagne

Om de positionering van CNV Onderwijs neer te zetten wordt er geadviseerd een communicatiecampagne te lanceren. Deze zal volledig om het idee van de persoonlijke en betrokken vakvereniging worden gebouwd. De campagne zal zich richten op de verschuiving van vakbond naar vakvereniging die de organisatie heeft doorgemaakt. Daarbij moet gefocust worden op de individuele belangenbehartiging, de vakinhoud die de organisatie te bieden heeft en de persoonlijke ontwikkeling van de leden. Mensen moeten het gevoel krijgen dat CNV Onderwijs echt iets voor hen kan betekenen, hen kan helpen als het fout gaat en hen verder kan brengen als het goed gaat. Doordat CNV Onderwijs wil laten zien dat zij een persoonlijke en betrokken organisatie is zal in de campagne gebruik worden gemaakt van een persoonlijke benadering. CNV Onderwijs gaat de scholen in en schoolleiders zullen actief worden ingezet. De campagne zal worden geïnspireerd op de nieuwe slogan, 'CNV Onderwijs, dé vakvereniging die bij je past.' Omdat er verschillende doelgroepen zijn met verschillende wensen en behoeftes zal de campagne aangepast worden aan het drukke leven van de doelgroepen en wordt elke doelgroep via een ander kanaal aangesproken.

Inleiding

Dit rapport is geschreven in opdracht van CNV Onderwijs. In dit rapport wordt geadviseerd hoe CNV Onderwijs zich het beste kon positioneren als organisatie. Een goede positionering geeft meerwaarde aan een organisatie, zorgt voor een goed imago en biedt een voorsprong op andere aanbieders van dezelfde soort producten of diensten. In het rapport wordt ingegaan op de vraag, 'Welke strategische positionering kan geformuleerd worden voor CNV Onderwijs die onderscheidend, duurzaam, geloofwaardig en relevant is voor (potentiële) leden, werknemers en stakeholders?' Om deze vraag te kunnen beantwoorden en tot een gedegen positionering te komen is er uitgebreid onderzoek gedaan naar de identiteit van de organisatie, naar de doelgroep van de organisatie en naar de concurrentie. Aan het einde van het rapport is het hieruit voortgekomen advies voor CNV Onderwijs geformuleerd.

Het rapport is opgebouwd uit drie verschillende delen. Er wordt begonnen met deel 1 genaamd 'onderzoek' waarbij de organisatie wordt besproken en de onderzoeksopzet wordt toegelicht. Hierna wordt er verder gegaan met deel 2 van het rapport 'resultaten'. In dit deel worden de identiteit, de doelgroepen en de concurrentie van de organisatie besproken aan de hand van de onderzoeksresultaten. Aan het eind van dit deel zijn alle resultaten samengevat in een conclusie en wordt de nieuwe positionering geformuleerd. In het laatste deel van het rapport 'advies' worden er aanbevelingen gedaan in de vorm van een communicatieplan.

Deel I onderzoek

Het eerste deel van dit rapport gaat over de onderzoeksopzet. Dit deel begint met een stuk over de organisatie waarbij zal worden ingegaan op de achtergrond van CNV Onderwijs. Daarnaast wordt er uitgelegd met welk probleem de organisatie kampt waarvoor uiteindelijk advies geformuleerd zal worden. In hoofdstuk twee komen de onderzoeksvragen aanbod die leidend zullen zijn voor de indeling van dit rapport. Hierna zal in worden gegaan op de onderzoeksmethodes die gebruikt zullen worden tijdens het onderzoek.

Hoofdstuk 1 De organisatie

1.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal eerst de organisatie worden besproken. Er wordt beschreven wat de organisatie doet en hoe de organisatie er qua structuur uitziet. Ook wordt er een probleemanalyse geschetst waarbij uitgelegd wordt met welk probleem de organisatie kampt en waar het rapport een oplossing voor dient te zijn.

1.2 ACHTERGROND ORGANISATIE

CNV Onderwijs maakt deel uit van de vakcentrale CNV, dat staat voor Christelijk Nationaal Vakverbond. Er zijn tien bonden die onderdeel uitmaken van CNV. Deze worden onderscheiden in de overheidsbonden voor ambtenaren en de marktbonden. De marktbonden zijn: CNV BKM, CNV Dienstenbond, CNV Jongeren, CNV Kunstenbond, CNV Kustersbond, CNV Vakmensen en CNV Zelfstandigen. Onder de overheidsbonden vallen de ACOM, ACP, CNV Publieke zaak en CNV Onderwijs. CNV Onderwijs is de op één na grootste onderwijsbond van Nederland. CNV Onderwijs is een maatschappelijke non-profit organisatie die de kwaliteit van het onderwijs in Nederland probeert te bewaken en de belangen van het onderwijspersoneel behartigd.

Het is een vakbond voor iedereen die werkt in één van de onderwijssectoren. Van het primair- tot en met het hoger beroepsonderwijs. Studenten van lerarenopleidingen kunnen ook lid worden, net als gepensioneerden, werkzoekenden en het ondersteunend personeel uit de onderwijsdienstverlening. Mensen werkend in het wetenschappelijk onderwijs vallen niet onder CNV Onderwijs, zij kunnen lid worden van CNV Publieke zaak. CNV Onderwijs telt in 2012 bijna 54.000 leden.

CNV Onderwijs is een vakvereniging die op komt voor het welzijn en de belangen van onderwijspersoneel. Zij biedt leden beroepsinhoudelijke informatie, individuele (rechts)bijstand en collectieve belangenbehartiging. De organisatie heeft van oorsprong een Joods-Christelijke achtergrond. Vanuit de Joods-Christelijke traditie zijn de kernwaarden van de organisatie rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid en solidariteit.

De vrijheid van onderwijs ziet de organisatie als een randvoorwaarde voor goed onderwijs. CNV Onderwijs bestaat uit een vereniging van leden en een werkorganisatie. De vereniging bestaat uit verschillende stuurgroepen die georganiseerd zijn op niveau van doelgroep en de sectorraden op niveau van onderwijssector. Binnen deze groepen zijn er leden die zelf activiteiten organiseren op vrijwillige basis. De leden van CNV Onderwijs hebben ook inspraak bij grote beslissingen tijdens de 'algemene vergadering'. Deze vergadering wordt gezien als het grootste beslissingsorgaan van de organisatie. Hierna worden alle sectorraden en stuurgroepen genoemd.

De zes sectorraden van de vereniging:

- Primair onderwijs
- Voortgezet onderwijs
- Middelbaar beroepsonderwijs
- Hoger onderwijs
- Onderwijsdienstverlening
- Gepensioneerden

De zeven stuurgroepen:

- Schoolleiders
- OOP (Onderwijs ondersteunend personeel)
- Passend onderwijs / speciaal onderwijs
- Agrarisch onderwijs
- Vrouwen
- Jongeren
- Andersactieven

In bijlage 1 is een figuur opgenomen waarin de verhoudingen binnen de organisatie zijn afgebeeld. De medewerkers van CNV Onderwijs vormen samen de werkorganisatie. Deze bestaat uit ongeveer 80 werknemers in dienst op de volgende afdelingen: het dagelijks bestuur, individuele belangenbehartiging, beleid en collectieve belangenbehartiging, onderwijs academie, marketing en communicatie en de ledenadministratie. In bijlage 2 is een organogram opgenomen van de werkorganisatie van CNV Onderwijs. (CNV Onderwijs. 3 november 2011)

1.3 PROBLEEMANALYSE

De laatste decennia gaat het minder goed met de vakbonden in Nederland. Het ledenaantal is de laatste jaren licht gedaald terwijl de beroepsbevolking in deze periode is gestegen. Het aantal leden van de vakbonden blijft dus achter bij de groei van de werkzame beroepsbevolking, zo blijkt uit een onderzoek van het CBS. (CBS. 5 december 2011) CNV Onderwijs merkt hier tot op heden nog weinig van en is één van de weinige vakbonden waarbij het ledenaantal sinds drie jaar weer toeneemt. Toch moet CNV Onderwijs alert blijven en geen starre organisatie worden waardoor zij haar bestaansrecht kwijt kan raken. Binnen CNV Onderwijs is men daarom bezig met het herontdekken van de vakbond en aan het kijken welke vorm ideaal kan zijn om het voortbestaan te waarborgen. Daarbij speelt dat een groot deel van de leden op leeftijd is. Uit de ledencijfers blijkt dat 57,4 % van de leden van CNV Onderwijs, 50 plus is. Daarnaast is 20% van alle leden gepensioneerd en die zullen vanwege het natuurlijke verloop uitstromen. Dit betekent dat het ledenaantal in de komende jaren snel zal afnemen als er niet genoeg nieuwe leden zullen worden geworven.

Solidariteit en gewoonte waren altijd belangrijke redenen om lid te worden van een vakbond. Voor oudere leden is solidariteit nog steeds een belangrijke reden. Uit de ledencijfers van CNV Onderwijs blijkt dat veel leden die nu gepensioneerd zijn al hun hele leven lid zijn. Vroeger in de verzuilde maatschappij was het heel gewoon dat men zich aansloot bij de vakbond die hun geloof vertegenwoordigden. Veel gepensioneerde leden zijn destijds lid van CNV Onderwijs geworden, omdat de organisatie de christelijke identiteit vertegenwoordigde. Daarnaast was het destijds vanzelfsprekend dat men lid werd van een vakbond die hun vak vertegenwoordigde. Tegenwoordig is dit minder vanzelfsprekend en zijn mensen individualistischer ingesteld.

Om nieuwe (jonge) leden aan te trekken wil CNV Onderwijs zich duidelijk en vernieuwend gaan positioneren om mee te gaan met verschillende ontwikkelingen binnen de markt en de huidige opvattingen van de doelgroepen. De hele organisatie wordt daar al bij betrokken door de visiebijeenkomsten en de 'Visiedag' die zijn georganiseerd. Echter is de organisatie er nog niet in geslaagd een duidelijke formeel vastgestelde positionering te formuleren. Daarom wordt er in dit rapport advies gegeven over hoe de organisatie zich het beste kan positioneren en hoe zij de nieuwe positionering kan uitdragen. Dit rapport dient de rode draad te vormen voor een nieuwe werkwijze en de communicatie naar buiten toe.

Hoofdstuk 2 onderzoeksopzet

2.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zullen de centrale vraag, onderzoeksvraag en deelvragen worden geformuleerd die als leidraad dienen voor de indeling van het rapport. Daarna zal de focus van het onderzoek worden uitgelegd in de verantwoording van het onderzoek. Hierop zal de paragraaf over de onderzoeksmethodes volgen waarbij een schema zal worden getoond waarin is af te lezen hoe alle deelvragen beantwoord zullen worden. Afsluitend wordt er ingegaan op de beperkingen van dit onderzoek.

2.2 ONDERZOEKSVRAGEN

In deze paragraaf zijn een aantal vragen opgesteld die in dit rapport beantwoord zullen worden om zo tot een goed advies te komen. De Centrale vraag waarop in dit rapport een antwoord zal worden gegeven luidt als volgt:

'Welke strategische positionering kan geformuleerd worden voor CNV Onderwijs die onderscheidend, duurzaam, geloofwaardig en relevant is voor (potentiële) leden, werknemers en stakeholders?'

Om de centrale vraag te beantwoorden moet er onderzoek worden gedaan. Om het onderzoek te stroomlijnen is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

'Welke voor de doelgroep belangrijke punten moeten naar voren komen in de positionering die passen bij de identiteit van CNV Onderwijs en onderscheidend waarmee de organisatie zich kan onderscheiden van de concurrentie?'

Naast de centrale vraag en onderzoeksvraag zijn er deelvragen geformuleerd om verschillende deelgebieden te bespreken. Deze luiden als volgt:

- 'Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?'
- 'Op welke doelgroepen moet de positionering van CNV Onderwijs zich richten?'
- 'Wat is de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep ten opzichte van CNV Onderwijs en andere vakbonden?'
- 'Wie zijn de concurrenten van CNV Onderwijs en op welke manier proberen zij zich te onderscheiden?'
- 'Welk communicatieadvies kan geformuleerd worden om de nieuwe positionering te bereiken?'
- 'Welke overige aanbevelingen kunnen worden gedaan om de nieuwe positionering aan te laten sluiten bij de identiteit en producten en diensten van CNV Onderwijs?'

2.3 ONDERZOEKVERANTWOORDING

Om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag en de onderzoeksvraag met de daarbij behorende deelvragen, moet er onderzoek worden gedaan. Dit onderzoek is verdeeld in verschillende deelgebieden. Zo zal er deskresearch, literatuur onderzoek en fieldresearch worden uitgevoerd. Fieldresearch zowel intern worden gedaan, door medewerkers te observeren en te interviewen, als extern worden gedaan, door leden en potentiële leden te interviewen en een enquête af te nemen bij potentiële leden. Na de uitleg van de focus zal er in de volgende paragraaf per onderdeel meer uitleg worden gegeven over de opzet van het onderzoek. De uitgebreide uitwerkingen van de onderzoeken zijn terug te vinden in de bijlage.

Focus

Er zal gericht onderzoek worden gedaan naar jong (toekomstig) onderwijspersoneel. Er is gekozen om een specifieke groep te onderzoeken, omdat het makkelijker is om een goed beeld te krijgen van een afgebakende doelgroep. Het onderzoek zal niet representatief zijn, omdat de onderzoekspopulatie niet gefilterd zal worden op de kenmerken van de populatie. Dat wil zeggen dat bijvoorbeeld de man-vrouw verhouding van de jongeren werkend in het onderwijs die mee doen aan het onderzoek anders kan zijn dan de man-vrouw verhouding van alle jongeren werkend in het onderwijs. Hierdoor is het onderzoek niet representatief, maar het onderzoek geeft het wel een goede indicatie van de kennis, houding en het gedrag van deze groep met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden.

Er is gekozen voor een jonge doelgroep, omdat deze groep de nieuwe generatie onderwijspersoneel vormt. Om het voortbestaan van CNV Onderwijs te waarborgen moet er naar de toekomst gekeken worden die vertegenwoordigd wordt door deze nieuwe generatie. Het is belangrijk voor een vakbond om met de tijd en de daarbij horende ontwikkelingen mee te gaan. Een ander argument voor deze focus is dat er verwacht wordt dat deze groep nog weinig over het onderwijsveld en de onderwijsvakbonden weet, omdat zij net starten met werken of een lerarenopleiding. Hierdoor vormen zij een interessante doelgroep. Door een verwacht gebrek aan kennis over vakbonden ligt er een grote kans voor CNV Onderwijs om zich op deze groep te richten. Hierbij hoort ook dat zij vaak nog niet met concurrerende vakbonden in aanraking zijn gekomen en waardoor er een voorkeur gecreëerd kan worden voor CNV Onderwijs. Hiernaast blijkt er uit een intern onderzoek, onder leden en potentiële leden van CNV Onderwijs, dat deze doelgroep grote potentie heeft om lid te worden. Als laatste argument kan genoemd worden dat jonge leden een langer lidmaatschap potentie hebben dan ouderen. Wanneer zij op jonge leeftijd worden binnengehaald en het lukt om deze leden een lange tijd te binden, wordt de investering die is gedaan om hen binnen te halen terug verdient door de lengte van het lidmaatschap dat zij zijn aangegaan.

2.4 ONDERZOEKSMETHODE

In de onderstaande tabel staan alle deelvragen met daaraan gekoppeld het soort onderzoek dat gedaan zal worden om de deelvraag te beantwoorden. Achter de verschillende onderdelen van het fieldresearch is aangegeven op welke plek dit onderzoek zich bevindt in de bijlage.

Deelvragen	Deskresearch	Literatuur onderzoek	Fieldresearch
<i>Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?</i>	• Visie nota van CNV Onderwijs • A3-vel. • 'great place to work' onderzoek	Positioneren door Riezebos R. & van der Grinten J. 2011.	• Analyse van interviews met medewerkers. (bijlage 3,4 & 5) • Observatie van de werkomgeving • Uitwerking 'Visiedag' (bijlage 6) • Enquêtes jongeren studierend aan lerarenopleiding (bijlage 9 & 10)

<i>Op welke doelgroepen moet de positionering van CNV Onderwijs zich richten?</i>	• Ledenbestand	Positioneren door Riezebos R. & van der Grinten J. 2011.	• Analyse interviews met medewerkers
<i>Wat is de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep ten opzichten van CNV Onderwijs en andere vakbonden?</i>	• Rapportage 'Wat wilt u?' onder leden door Yvonne van Brummelen 2010. • Onderzoek naar beroepstrots van Myriam Lieskamp • 'Wat wilt u?' onder niet-leden door Yvonne van Brummelen 2011 • Cijfers CBS	Wat is onderzoek? Praktijkboek methode en technieken voor het hoger onderwijs door Nel Verhoeven. 2007	• Analyse interviews met medewerkers • Analyse interviews potentiële leden (bijlage 11 & 12) • Open interviews stuurgroep jong (bijlage 13) • Enquêtes jongeren studierend aan lerarenopleiding.
<i>Wie zijn de concurrenten van CNV Onderwijs en op welke manier proberen zij zich te onderscheiden?</i>	• Websites concurrenten • Andere scripties • Intern onderzoek naar concurrenten.	Marketingcommunicatie strategie door Floor en van Raaij. 2006 Positioneren door Riezebos R. & van der Grinten J. 2011. kranten artikelen	• Analyse interviews met medewerkers • Analyse interviews potentiële leden • Open interviews stuurgroep jong.
<i>Welk communicatie advies kan geformuleerd worden om de gewenste positionering te bereiken?</i>	Gebruik van resultaten op vorige deelvragen.	Branding door Andy Mosmans. 2008 Positioneren door Riezebos R. & van der Grinten J. 2011.	
<i>Passen de diensten, de producten en het gedrag van CNV Onderwijs bij de gewenste positionering, zo niet hoe kunnen deze worden aangepast?</i>			• Analyse interviews met medewerkers • observatie

2.4.1 Deskresearch

Door middel van deskresearch (het verzamelen, analyseren en gebruiken van bestaande gegevens) zal er vooronderzoek worden gedaan naar de organisatie en haar concurrenten. Hierbij zal er gekeken worden naar andere scripties over vakbonden of positioneren, naar artikelen, websites van concurrenten en verschillende onderzoeken over de ontwikkelingen van vakbonden. Een aantal van de onderzoeken die gebruikt zullen worden bij het schrijven van dit rapport zijn in het beheer van CNV Onderwijs.

2.4.2 Literatuuronderzoek

Bij de opbouw van dit rapport zal gebruik gemaakt worden van het stappenplan uit het boekje Positioneren van Riezebos en van der Grinten. (Riezebos, R & van der Grinten, J. 2011) Zij beschrijven in hun boek alle stappen die doorlopen moeten worden om tot een gedegen positionering te komen. Om voor CNV Onderwijs een relevante, interessante, geloofwaardige en duurzame positionering te ontwikkelen zullen de stappen uit dit boek worden opgevolgd. De volgende stappen worden omschreven waaraan de deelvragen zijn gekoppeld:

- Stap 1 Identiteit, Om deze te bepalen moeten de volgende zes aspecten worden bekeken: historie, bedrijfsoriëntatie, kerncompetenties, visie en missie, cultuur, organisatie- en klantwaarden en de merkarchitectuur. De identiteit van CNV Onderwijs zal onderzocht worden, omdat de identiteit één van de belangrijkste componenten is om een positionering voor de organisatie te formuleren. De positionering moet geloofwaardig en duurzaam zijn en de organisatie kan zich daarbij niet anders voordoen dan hoe zij in werkelijkheid is. Na deze stap kan de eerste deelvraag:
 - 'Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?' worden beantwoord.
- Stap 2 Doelgroepen, Hierbij zullen de primaire en secundaire doelgroepen benoemd worden en zal er gekeken worden naar de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden. De positionering moet de doelgroep aanspreken en moet relevant zijn voor de doelgroep. Naar aanleiding van deze stap kan er antwoord worden gegeven op deelvraag twee en deelvraag drie:
 - 'Op welke doelgroepen moet de positionering van CNV Onderwijs zich richten?'
 - 'Wat is de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep ten opzichten van CNV Onderwijs en andere vakbonden?'
- Stap 3 Concurrentenanalyse, Hierbij zal er worden gekeken naar de concurrentie op verschillende niveaus en zal er worden ingezoomd op de grootste concurrent. Dit zal worden gedaan om een goed beeld te krijgen van de claims die de concurrent gebruikt in haar communicatie. De vierde deelvraag zal bij deze stap beantwoord worden:
 - 'Wie zijn de concurrenten van CNV Onderwijs en op welke manier proberen zij zich te onderscheiden?'
- Stap 4 Positioneren van de organisatie, naar aanleiding van de resultaten van de vorige drie stappen zal tijdens deze stap de positionering worden geformuleerd. Daarnaast zal er gekeken worden naar welke veranderingen er binnen de organisatie plaats moeten vinden om deze positionering waar te maken en hoe de positionering gecommuniceerd moet worden. Bij deze stap worden de twee laatste deelvragen beantwoord:
 - 'Welk communicatie advies kan geformuleerd worden om de gewenste positionering te bereiken?'
 - 'Welke overige aanbevelingen kunnen worden gedaan om de nieuwe positionering aan te laten sluiten bij de identiteit en producten en diensten van CNV Onderwijs?'

Naast het boek van Riezebos en van der Grinten zal het boek 'Wat is onderzoek? Praktijkboek methode en technieken voor het hoger onderwijs' van Nel Verhoeven gebruikt worden om de opzet van het onderzoek te bepalen en inzicht te krijgen in verschillende onderzoekstechnieken. Om een concurrentieanalyse te maken, zal er gebruik worden gemaakt van het concurrentiemodel uit het boek van Floor en van Raaij, 'marketingcommunicatie strategie'. Bij de positionering en de uitwerking hiervan op communicatie gebied is gebruik gemaakt van het boek Branding van Andy Mosmans.

2.4.3 Fieldresearch

Om een beter beeld te krijgen van de identiteit van de organisatie zal er geobserveerd worden in de werkomgeving en zullen er diepte interviews met medewerkers plaats vinden. Op deze twee manieren zal er een analyse worden gemaakt van de organisatiecultuur, de waarden en normen van CNV Onderwijs, de bedrijfsoriëntatie, de kerncompetenties, de organisatie- en klantwaarden en de merkarchitectuur. De medewerkers die geïnterviewd zullen worden, zullen aselect gekozen worden. Door steekproefsgewijs per verdieping in het smoelenboek een naam aan te wijzen zullen er vijf medewerkers worden geselecteerd. Op deze manier zal het interne kwalitatieve onderzoek niet worden beïnvloed door de selectie van interviewkandidaten.

Om de primaire doelgroep beter te leren kennen en om de kennis, houding en het gedrag van deze groep met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden te achterhalen, zal er kwalitatief onderzoek worden gedaan. Er zullen interviews worden afgenomen bij 9 potentiële leden onder de 35 jaar die in verschillende sectoren van het onderwijs werken of studeren. Er zullen twee leraren in het basis onderwijs worden geïnterviewd, twee in het voortgezet onderwijs en één in het hoger onderwijs. Van de studenten die geïnterviewd zullen worden zal er één afkomstig zijn van de Pabo, één van een ROC opleiding voor onderwijs assistente, één die een opleiding volgt tot leraar voortgezet onderwijs en één die een academische lerarenopleiding volgt. Door een spreiding van de potentiële leden over de verschillende onderwijssectoren is het mogelijk om een breder beeld te krijgen van deze groep. Alle respondenten zullen voortkomen uit de kennissenkring van de onderzoeker en zullen daardoor afkomstig zijn uit de regio Utrecht. Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek, omdat daarbij wordt ingegaan op achtergronden en er verbanden kunnen worden gelegd. Er zal onderzoek gedaan worden naar hoe de ondervraagden iets beleven en wat hun achterliggende gedachten, argumenten en motieven zijn voor hun denkwijze of gedrag. Bij de interviews zal er gebruik worden gemaakt van een topiclist, zodat er ingegaan kan worden op de antwoorden die de respondenten geven en er niet vastgehouden hoeft te worden aan vooraf opgestelde vragen. Elk gesprek zal hierdoor anders verlopen.

Bij alle interviews zullen geen meetbare of cijfermatige gegevens worden verzameld. Dit is wel het geval bij de enquêtes die afgenomen zullen worden onder potentiële leden. De enquêtes zullen verspreid worden over 7 verschillende lerarenopleidingen na een voorlichting door de consultant starters en studenten van CNV Onderwijs. Door middel van de enquêtes kan achterhaald worden wat de kennis, houding en het gedrag is van deze groep ten opzichte van CNV Onderwijs en andere vakbonden. Door een enquête af te nemen kan er een goede indicatieve uitspraak worden gedaan. Op welke lerarenopleidingen het onderzoek plaats zal vinden hangt af van welke periode wordt uitgekozen om de enquêtes uit te delen. Hierdoor zal er geen keuze worden gemaakt op welke opleiding de enquêtes verspreid zullen worden. Dit zal door het toeval bepaald worden. Er zal dus een aselecte verspreiding plaatsvinden. Doordat er verder niks bekend zal worden van de respondenten die de enquête in zullen vullen, kan er niet gesproken worden over een representatief onderzoek. Er zal namelijk niet gemeten kunnen worden of de kenmerken van de onderzoekspopulatie overeenkomen met de kenmerken van de gehele populatie. Wel zal het onderzoek indicatief zijn, doordat de enquête door een grote groep studenten zal worden ingevuld. Het onderzoek zal een goed beeld weergeven van de werkelijkheid.

Om jonge leden te onderzoeken zal er twee keer een open interview plaats vinden met twee leden uit het bestuur van stuurgroep jong. Dit is een stuurgroep waarbij jonge leden zijn aangesloten. Deze groep heeft een eigen bestuur en organiseert zelf bijeenkomsten. Er is gekozen om de stuurgroep jong te betrekken bij het onderzoek, omdat zij jonge actieve leden zijn die zeer betrokken zijn bij CNV Onderwijs. Zij hebben hierdoor meer kennis van de organisatie en vinden het waarschijnlijk leuk om mee te denken over de ontwikkeling van een nieuw CNV Onderwijs. Doordat het moeilijk zal zijn om veel leden te spreken is er gekozen om met twee leden van het bestuur om tafel te gaan zitten. Zij zitten beide al lang in de stuurgroep en hebben ongetwijfeld een goede indruk van de ervaringen van andere leden uit deze stuurgroep.

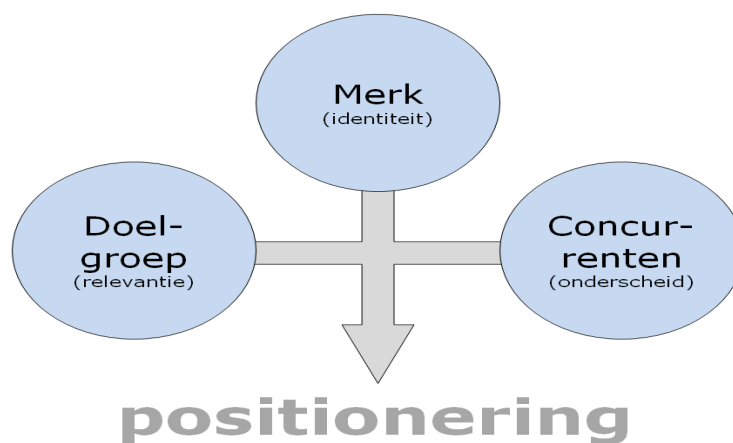
2.5 ONDERZOEK BEPERKINGEN

Bij het onderzoek zullen er ook een aantal beperkingen zijn. Het onderzoek zal worden uitgevoerd door één persoon hierdoor zal er een beperkte capaciteit beschikbaar zijn bij de uitvoering van het onderzoek. Om deze reden is er gekozen om één groep in dit onderzoek uit te lichten. Op die manier kan er bij deze groep de diepte in worden gegaan. Een consequentie van deze keuze is dat er aan andere leeftijdscategorieën minder aandacht wordt besteed in het onderzoek. De uitkomsten van de diepte interviews en de enquêtes hebben hierdoor geen betrekking op de andere doelgroep. De kennis, houding en het gedrag van leden en potentiële leden die in een andere leeftijdscategorie vallen, zullen wel globaal genoemd worden en bij de resultaten van dit rapport worden besproken.

Wat ook als een beperking gezien kan worden is het feit dat de diepte interviews binnen één regio plaats zullen vinden. De respondenten zullen allen woonachtig zijn in de omgeving Utrecht. Dit kan wellicht de uitkomsten van dit onderzoek beïnvloeden. Bij de enquêtes die afgenomen zullen worden is de verspreiding afhankelijk van opleidingen waar de gastcolleges zullen plaatsvinden, waarna de enquêtes worden uitgedeeld. Hierdoor zullen in deze onderzoeken niet alle regio's binnen Nederland worden vertegenwoordigd.

Deel II Resultaten

In dit deel van het rapport worden de resultaten gepresenteerd van het onderzoek dat is gedaan. Ook wordt er dankbaar gebruik gemaakt van andere interne en externe onderzoeken. Wanneer er gebruik wordt gemaakt van een publicatie van een andere auteur, dan wordt deze vernoemd. Om de positionering van CNV Onderwijs te bepalen zal er gekeken worden naar drie aspecten. Het positioneren begint van binnenuit met de identiteit van CNV Onderwijs. Hierbij wordt er gekeken naar wie CNV Onderwijs is en wat CNV Onderwijs werkelijk heel goed kan. Dat sluit aan bij de geloofwaardigheid en duurzaamheid van de positionering. Hierna zal er worden gekeken naar de doelgroepen, naar welke doelgroepen er zijn en naar hun kennis, houding en gedag met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden. De positionering van de organisatie moet relevant zijn voor de doelgroep. Als laatste zullen de concurrenten worden beschreven in de concurrentieanalyse. Zij zijn erg belangrijk om in ogenschouw te houden omdat de organisatie zich hiervan moet onderscheiden. Deze drie aspecten bepalen samen de positionering van CNV Onderwijs. Hieronder is dat in het MDC-model weergegeven.



MDC-model (Riezenbos, R & van der Grinten, J. 2011)

Hoofdstuk 3 Identiteit

3.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal er antwoord worden gegeven op de eerste deelvraag 'Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?'. Het omschrijven van de identiteit is de eerste fase die doorlopen zal worden om tot een gedegen positionering te komen. Het is van belang om een positionering te kiezen die ook waargemaakt kan worden door de organisatie. Het is om die reden noodzakelijk om te weten wat de sterkten en zwakten zijn van CNV Onderwijs. Wanneer de organisatie een onwerkelijk beeld van zichzelf schetst in de positionering, zal dit zorgen voor een ongeloofwaardig en onbetrouwbaar imago. Dit hoofdstuk is ingedeeld zoals Riezenbos en van der Grinten dit in hun boek Positioneren voorschrijven. De volgende deelaspecten van de organisatie worden besproken; de historie, de bedrijfsoriëntatie, de kerncompetenties, de visie en de missie, de organisatiecultuur, de organisatie- en klantwaarden en de merkarchitectuur. (Riezenbos, R & van der Grinten, J. 2011)

De identiteit wordt beschreven aan de hand van observatie, de analyse die is gemaakt van de interviews met de medewerkers van CNV Onderwijs, het 'great place to work' onderzoek, de visienota, de visieconferentie en enquêtes afgenomen onder 237 studenten aan lerarenopleiding. Al deze onderzoeken en uitwerkingen zijn terug te vinden in de bijlage.

3.1 HISTORIE

Het CNV werd opgericht in 1909 in Arnhem doordat een aantal christelijke vakbonden besloten om samen op te trekken. 'Rond 1900 ontstaat bij verschillende christelijke vakbonden in Nederland behoefte aan meer onderlinge samenwerking.(...)Na een periode van intensief overleg worden de statuten van een koepelorganisatie in een geheelonthouderscafé in Arnhem getekend. Het is dan 13 mei 1909 en de Vakcentrale CNV is een feit.' (vakbondshistorie 15 maart 2012)

CNV Onderwijs

De rechtsvoorgangers van CNV Onderwijs bestonden al voordat het CNV bestond. In 1854 werd de Vereniging van Christelijke Onderwijzers in Nederland (VCO) opgericht. Dit was een protestants-christelijke bond die in 1975 na vele naamswijzigingen en fusies werd omgevormd tot PCO. De katholieken waren verenigd in vakbonden die behoorden tot de verschillende bisdommen in Nederland. In 1933 werd het Katholieke Onderwijzers Verbond (KOV) opgericht, een federatie van de verschillende kleinere katholieke bonden. Ook deze bond veranderde tot drie keer toe van naam, maar de afkorting KOV bleef gehandhaafd.

In 1975 sloot de PCO zich aan bij het CNV waardoor de eerste onderwijsbond van het CNV ontstond. De KOV was aangesloten bij het NKV en stond in die tijd voor een dilemma om zich aan te sluiten bij het CNV of de FNV. Het Nederlands Katholiek Vakverbond en het Nederlands Verbond van Vakverenigingen waren gefuseerd tot het FNV dus voor de KOV leek dit een logische stap. Echter, het bestuur van de KOV koos ervoor om zich in 1982 aan te sluiten bij het CNV, omdat de KOV meer overeenkomsten met hen had en zij beiden een voorstander waren van bijzonder onderwijs. De FNV was wat de KOV betreft te links en zij voelde zich hierdoor meer aangetrokken tot het CNV. Het CNV vond echter al snel dat er geen twee aparte onderwijsbonden onder de vlag van CNV konden bestaan waardoor de KOV en PCO in 1997 samen de Federatie Onderwijsbonden CNV oprichtten. (Bak, P & Exalto J. 1999) Deze werd in 2000 omgedoopt tot Onderwijsbond CNV en weer later tot CNV Onderwijs.

In 2009 maakte de organisatie een verandering door. Hiervoor werd CNV Onderwijs een vakbond genoemd maar het bestuur wilde dat omvormen tot een vakvereniging waarin de leden een grotere stem hebben en de organisatie meer te bieden heeft. In 2010 was de verenigingsvernieuwing een feit waarbij het uitgangspunt 'Van actieve leden voor actieve leden' past. De vereniging wordt hierbij ondersteund door de werkorganisatie. (Visienota CNV Onderwijs 2010-2014)

Vakbond naar vakvereniging

De omvorming van vakbond naar vakvereniging met vak inhoud is mede een gevolg van de vergrijzing van het ledenbestand. De vergrijzing is duidelijk zichtbaar in het ledenoverzicht, 57,4 % van de leden is boven de 50 jaar. Hierdoor is er voor de toekomst een grote uitstroom te verwachten. De verwachtingen ten aanzien van de ledenontwikkeling zijn de aanleiding geweest voor een nieuwe strategische visie. Met deze visie hoopt CNV Onderwijs meer jongere leden aan te trekken.

In 2010 is de 'Visienota 2010-2014' door het bestuur gepresenteerd en aangenomen in de algemene ledenvergadering van mei 2009. Hierin werd gekozen voor een nieuwe koers. CNV Onderwijs wil zich verder gaan ontwikkelen naar een moderne vakvereniging waarin het beroep centraal staat. (Visienota CNV Onderwijs 2010-2014)

In 2010 is een verenigingsvernieuwing in gang gezet door een versimpelde structuur in te voeren. Er zijn nu minder bestuurslagen. Naast de ordening op het niveau van onderwijssectoren zijn er stuurgroepen ingericht die zich bezighouden met thema's waar alle sectoren mee te maken hebben. Het doel van de nieuwe structuur is een betere samenwerking.

3.2 BEDRIJFSORIËNTATIE

De bedrijfsoriëntatie is waar een organisatie zich op richt. Om de bedrijfsoriëntatie van CNV Onderwijs te bepalen wordt het volgende schema gebruikt.

	Open		
	Marktgeoriënteerd (zij)	Organisatiegeoriënteerd (wij)	
controle			Flexibiliteit
	Procesgeoriënteerd (het)	Productgeoriënteerd (ik)	
	gesloten		

(Riezebos, R & van der Grinten, J 2011)

CNV Onderwijs kan het best omschreven worden als 'organisatie georiënteerd' met een wij- focus. De organisatie is flexibel, omdat het zich steeds aan moet passen aan de ontwikkelingen in de markt en de politiek. Dit wordt op dit moment redelijk goed gedaan volgens de medewerkers. Wanneer er bijvoorbeeld nieuwe wetsvoorstellen worden gedaan, moet CNV Onderwijs zich hierover uitlaten naar de overheid en haar leden toe en de belangen van de leden hierin behartigen. Verder wordt CNV Onderwijs door de medewerkers gezien als een open organisatie. Zij staat in contact met haar leden, de politiek en de media, speelt goed in op nieuwe ontwikkelingen en staat open voor relaties met samenwerkingspartners. Echter vinden de medewerkers dat er soms te veel wordt gecommuniceerd naar de leden en dat de communicatie vooral bestaat uit veel zenden. Ook vinden zij dat veel activiteiten niet vraag gestuurd zijn vanuit de leden. Hierbij komt de wij- focus naar voren. De organisatie heeft een inside-out benadering wat inhoudt dat er in de organisatie van binnen naar buiten wordt gekeken.

De wij- focus is ook terug te zien aan de zorg en de omgang met medewerkers binnen een organisatiegeoriënteerde organisatie. De medewerkers van CNV Onderwijs hebben een hoge mate van vrijheid. Dat gaven zij zelf unaniem aan tijdens het interview. Wel blijkt dat de vrijheid op sommige gebieden beperkt is omdat niet iedereen durft te spreken over gevoelige werkgerelateerde onderwerpen. De grote mate van vrijheid kan soms leiden tot een negatief effect namelijk een 'eilandjes cultuur', zo blijkt uit de interviews. Collega's van verschillende afdelingen weten niet altijd van elkaar waar ze mee bezig zijn. Op de afdelingen zelf wordt onderling wel veel samen gewerkt en de medewerkers beschouwen deze samenwerking als constructief. Er wordt binnen de organisatie veel projectmatig en in teamverband gewerkt. Een positief effect van de grote vrijheid die medewerkers hebben is dat zij een groot verantwoordelijkheidsgevoel hebben en dat iedereen hard wil werken voor goede resultaten. Veel medewerkers voelen zich betrokken bij de organisatie.

3.3 KERNCOMPETENTIES

De kerncompetenties zijn de taken die een organisatie volbrengt en waar zij goed in is. CNV Onderwijs heeft twee primaire taken. Enerzijds de publieke taak die zij moet vervullen wat inhoudt dat zij de kwaliteit van het onderwijs waarborgt en het behartigen van het algemeen belang voor iedereen die werkt in het onderwijs. Anderzijds behartigt de organisatie de individuele belangen van haar leden.

CNV Onderwijs richt haar activiteiten op vier niveaus:

- landelijk.
- de onderwijssector
- de schoolorganisatie
- de individuele werknemer

Op het niveau van de onderwijssector en op landelijk niveau voert CNV Onderwijs overleg met andere vakbonden, de overheid en afhankelijk van het onderwerp met andere belangengroepen zoals ouderorganisaties. Het resultaat van het overleg staat in de collectieve arbeidsovereenkomst. Op het niveau van de individuele werknemer en schoolorganisatie zorgt CNV Onderwijs voor informatie, advies, scholing en probeert een mediator te zijn tussen deze twee niveaus. (Hamers, J. 2011)

CNV Onderwijs omschrijft haar kerncompetenties als volgt in haar visie nota; 'Wij ontwikkelen en leveren verantwoorde diensten en producten van goede kwaliteit voor een redelijke prijs. Wij behartigen op hoog niveau de individuele en collectieve belangen op sociaaleconomisch, rechtspositioneel en onderwijsinhoudelijk gebied. (...) In geval van belangentegenstellingen proberen wij, via de weg van de dialoog en met respect voor een ander, tot oplossingen te komen.' (Visienota CNV Onderwijs 2010-2014)

CNV Onderwijs ziet individuele en collectieve belangenbehartiging als haar belangrijkste taken. Zij proberen individueel maatwerk te leveren voor elk lid in de vorm van juridische ondersteuning, belastingadvies, beroepsinhoud, congressen, trainingen en cursussen en mediation. De medewerkers denken dat de individuele belangenbehartiging de belangrijkste reden is van leden om lid te worden. Zij noemden CNV Onderwijs een vangnet voor haar leden. Naast de individuele belangenbehartiging is er de collectieve belangenbehartiging in de vorm van CAO onderhandelingen. Om zich te onderscheiden claimt CNV Onderwijs, in de visienota, altijd de dialoog aan te willen gaan met verschillende partijen waaronder de overheid en andere beroepsverenigingen. De dialoog aangaan komt voort vanuit de christelijke identiteit en de waarden die daaruit voort komen. De medewerkers beamen dat en omschreven de christelijke identiteit van CNV Onderwijs en de bereidheid de dialoog aan te willen gaan ook als kernkwaliteit van CNV Onderwijs.

3.4 VISIE & MISSIE

CNV Onderwijs heeft geen duidelijke visie of missie. Er blijkt uit verschillende bronnen dat er meerdere versies van de missie in omloop zijn en dat er nergens een formeel vastgestelde visie te vinden is. Er is gebleken dat er vier verschillende missies zijn, omdat de missie steeds wordt aangepast. In de visienota 'CNV Onderwijs duidelijk een eigen koers', die geschreven werd in 2010, werden een missie en drie kernwaarden geformuleerd. Opvallend is dat in dit document geen visie staat vermeld. Een andere missie is op de website van CNV Onderwijs te vinden waar geen visie staat vermeld. Daarnaast zijn er voor intern gebruik ook een missie en een visie vastgelegd op een A-3 vel waarmee gewerkt wordt binnen de organisatie. Als laatste is er tijdens de visieconferentie weer een andere missie gepresenteerd en is er een vierde kernwaarde bijgekomen. Deze nieuwe missie en kernwaarde zijn vastgelegd in een brochure die binnen de organisatie zijn uitgedeeld.

Alle vier de missies bevatten wel redelijk dezelfde elementen, maar zijn allen net weer anders geformuleerd. De missie is eigenlijk continu in ontwikkeling, maar de verbeteringen worden niet overal doorgevoerd. Hieronder zijn de visie van het A-3 vel, wat intern wordt gebruikt, en de missie die is geformuleerd in de visienota weergegeven. In bijlage 7 zijn de andere missies te vinden die in omloop zijn waarbij de verschillen zijn aangestreept.

Visie volgens A-3 vel

Wij zijn een deskundige en betrokken partner met een relevant netwerk dat wij gebruiken om de politiek te beïnvloeden en onderwijspersoneel bij te staan en te ontwikkelen. Wij doen dit door te luisteren naar en relaties aan te gaan met alle betrokkenen in het onderwijs vanuit de kernwaarden rechtvaardigheid, persoonlijke verantwoordelijkheid, solidariteit en duurzaamheid.

Missie CNV Onderwijs

CNV Onderwijs is dé vakvereniging die opkomt voor het welzijn en de belangen van onderwijspersoneel. CNV Onderwijs is jouw partner in de school op het gebied van beroepsinhoud, individuele (rechts)bijstand en benefits, en collectieve belangenbehartiging. CNV Onderwijs is geworteld in de joods-christelijke traditie. Van daaruit zijn wij een vereniging voor onderwijspersoneel die geïnspireerd wordt door de kernwaarden rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid en solidariteit. Vanuit deze kernwaarden willen wij onderwijspersoneel weerbaar en wendbaar maken, en in staat stellen om talenten verder te ontwikkelen. De vrijheid van onderwijs zien wij als een randvoorwaarde voor goed onderwijs, waarin deze kernwaarden ook op schoolniveau kunnen worden ingevuld. Wij zijn een open en toekomstgerichte vereniging die in beginsel altijd zal kiezen voor de dialoog. CNV Onderwijs staat open voor iedereen die in het onderwijs werkt, heeft gewerkt en gaat werken en die zich aangetrokken voelt tot onze kernwaarden en doelstellingen.

3.5 ORGANISATIECULTUUR

'Hofstede definieert cultuur als een levenswijze of mentale programmering van een groep mensen uit dezelfde sociale omgeving,' (Riezenbos, R & van der Grinten, J 2011) Cultuur bepaalt hoe een individu handelt of denkt en bepaalt welke normen of waarden het individu hanteert. Bij organisaties wordt er gesproken van organisatiecultuur of werkcultuur. Deze cultuur beïnvloedt in grote mate hoe collega's met elkaar omgaan bijvoorbeeld formeel of informeel en bepaalt de sfeer binnen een organisatie. De organisatiecultuur is van belang bij het positioneren van een organisatie. Wanneer een organisatie zich positioneert op een manier die niet aansluit op de organisatiecultuur kan het voor komen dat de medewerkers zich niet kunnen vinden in de positionering.

Volgens Quin, schrijver van het boek Onderzoeken en veranderen van organisatiecultuur, bestaan er vier verschillende organisatie culturen: familiecultuur, ad hoc cultuur, hiërarchische cultuur en marktcultuur. (R, Riezenbos & van der Grinten. 2011) Hieronder is het OCAI-model te zien wat een instrument is om te onderzoeken welk cultuurtype kenmerkend is voor een organisatie.



(123management 2012)

CNV Onderwijs zit in de bovenste laag van dit model aan de rechter kant. Dit past bij de plek die zij ook inneemt in het model bij de paragraaf over bedrijfsoriëntatie. De flexibiliteit van de organisatie is belangrijk, omdat zij een externe focus heeft. Zoals al eerder vermeld richt zij zich op de leden en speelt de organisatie in op actualiteiten wat voor een adhocratie cultuur zorgt.

Ook de medewerkers signaleerde deze adhoc-cultuur zo bleek onder andere uit de uitspraken tijdens de 'Heidag' waarin vergaderd werd door de afdeling marketing en communicatie over de toekomst van CNV Onderwijs. Tijdens de vergadering werd regelmatig benadrukt dat door de adhoc-cultuur binnen CNV Onderwijs medewerkers soms niet toekwamen aan hun eigen taken omdat er steeds dingen tussendoor komen waarop moet worden ingespeeld. Een goed voorbeeld daarvan is de staking in de Amsterdam Arena die op 6 maart werd georganiseerd door CNV Onderwijs en een aantal andere onderwijsbonden. In die periode heeft het werk op de marketing afdeling een maand lang stil gelegen omdat er werd gewerkt aan de organisatie van deze grote staking.

Kenmerken van een adhocratie cultuur die passen bij CNV Onderwijs zijn;

- projectmatig werken
- de nadruk leggen op teamwork
- motivatie van medewerkers is zeer hoog
- het voorop willen lopen als organisatie

Zoals net al is besproken in de paragraaf over bedrijfsoriëntatie sluiten deze kenmerken naadloos aan bij de bedrijfsvoering van CNV Onderwijs en de cultuur die daar heerst.

Naast een adhoc-cultuur heeft CNV Onderwijs in mindere mate ook een familiecultuur. Deze cultuur wordt door Quin omschreven als een warm nest waar medewerkers het gevoel hebben deel uit te maken van een grote familie. Bij deze cultuur zijn goede onderlinge interne verhoudingen belangrijk. Hierbij komt de wij-focus weer terug waar in paragraaf over de bedrijfsoriëntatie al op in werd gegaan. Het wij-gevoel wordt ook gesignaleerd door de medewerkers. Zij vinden de sfeer prettig en zijn blij met de vrijheid die zij krijgen bij het uitvoeren van hun taken. Uit het 'great placet to work' onderzoek, wat is uitgevoerd binnen de organisatie door het managementteam, bleek ook dat kameraadschap binnen de organisatie erg hoog scoorde.

3.6 ORGANISATIE- EN KLANTWAARDEN

Bij het positioneren van CNV Onderwijs moeten er organisatie- en klantwaarden worden gekozen die benadrukt kunnen worden. Deze waarden moeten daadwerkelijk zijn ingebed in de bedrijfsvoering en kunnen niet zomaar worden verzonnen. Waarden verwijzen naar wat mensen belangrijk vinden en naar hun idealen. De organisatiewaarden zijn de waarden die de organisatie als geheel belangrijk vindt en ook wilt uitstralen. De kernwaarden waarmee CNV Onderwijs zich probeert te onderscheiden zijn duurzaamheid, eerlijk, solidariteit en verantwoordelijkheid. Deze waarden zijn afgeleid van de Joods-Christelijke traditie van de organisatie. Echter blijkt uit de interviews met de medewerkers dat niemand deze spontaan noemt en dat zij vinden dat nog niet al deze waarden worden nageleefd. Alleen de waarden solidariteit komt volgens hen echt naar voren in de bedrijfsvoering van de organisatie. CNV Onderwijs mag volgens hen duidelijker haar standpunten innemen en communiceren waar zij voor staat, wat volgens hen verantwoordelijkheid en eerlijkheid toont. Duurzaamheid is een nieuwe waarden die onlangs is toegevoegd.

Klantwaarden zijn de waarden die een organisatie belangrijk vindt in de omgang met de klant. Deze waarden moeten passen bij de organisatiewaarden. Deze worden echter ook beïnvloed van buitenaf. Deze waarden moeten in zekere maten afgestemd worden op de wensen en behoeftes van de leden. In de interviews met de medewerkers werden de volgende belangrijke klantwaarde van CNV Onderwijs genoemd: solidariteit, de dialoog aangaan, respect voor het lid en zijn of haar problemen, duurzame relatie en rekening houden met de achtergrond van het lid. Deze klantwaarden houden de medewerkers in hun achterhoofd wanneer zij contact hebben met leden.

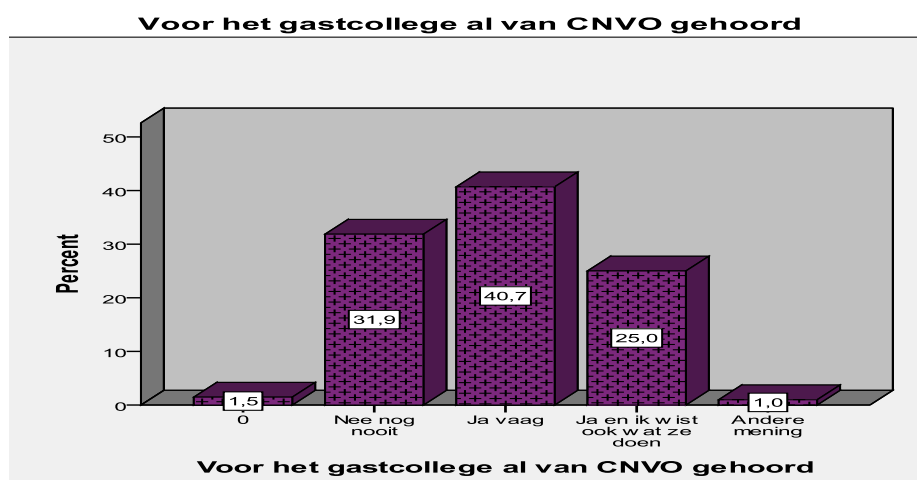
3.7 MERKARCHITECTUUR

Merkarchitectuur is de bepaling van de plaats die een merk binnen de organisatie inneemt. Een organisatie kan kiezen of zij producten verkoopt onder de naam van de organisatie of een aparte merknaam. Zij kan dus gebruikmaken van een organisatiemerk ook wel endorsed merk genoemd waarbij een organisatie meerdere producten onder de naam van de organisatie uitgeeft of een productmerk waarbij elk product zijn eigen naam heeft. CNV Onderwijs maakt gebruik van een organisatiemerk. Alle producten en diensten vallen onder het lidmaatschap en dragen daarmee de naam van de organisatie. Alles wat CNV Onderwijs aan dienstverlening biedt en de informatievoorziening in de vorm van bijvoorbeeld brochures vallen allemaal onder de noemer CNV Onderwijs. Daarbij vallen alle verschillende bonden weer onder het organisatie merk CNV.

Door een organisatiemerk te gebruiken is er vaak sprake van image spill over de verschillende diensten en producten. (Riezebos, R & van der Grinten) Dit houdt in dat wanneer een product van de organisatie een positieve of negatieve lading draagt dit vaak ook uitstraalt op andere producten van de organisatie. Dit kan een nadeel zijn wanneer een bedrijf slecht in het nieuws verschijnt omdat dat dan afstraalt op alle producten en diensten. Maar het omgekeerde geldt ook als een organisatie een goed imago heeft straalt dat ook af op alle producten en diensten. Wanneer één van de producten of diensten van CNV Onderwijs, of de gehele vakcentrale slecht of goed in het nieuws verschijnen heeft dit gevolgen voor CNV Onderwijs.

Sommige leden van CNV Onderwijs weten niet dat CNV Onderwijs een aparte organisatie is binnen de vakcentrale en denken dat zij lid zijn van het CNV. Dit kwam naar voren uit de interviews met de medewerkers en uit het 'Wat wilt u?' onderzoek onder de leden van Yvonne van Brummelen. Een medewerker gaf aan dat hierover in de media ook af en toe fouten worden gemaakt. Zo heeft er wel eens in de krant gestaan 'Michel Rog voorzitter van het CNV' terwijl hij enkel voorzitter is van CNV Onderwijs en niet van de hele vakcentrale. Wel denken de medewerkers dat deze image spill positief uitpakt omdat CNV een goed imago heeft en dit uitstraalt op CNV Onderwijs. Daarnaast zorgt het gebruik van één merknaam voor meerdere producten voor een grotere naamsbekendheid en vaak meer vertrouwen bij de leden.

Uit het onderzoek dat is gedaan, onder 237 studenten van verschillende leraren opleidingen, naar de naamsbekendheid van CNV Onderwijs zijn de resultaten in onderstaande grafiek weergegeven.



N:204

Hieruit blijkt dat ongeveer 25 procent nog nooit van CNV Onderwijs heeft gehoord. Ook blijkt dat ongeveer 40 procent wel eens van CNV Onderwijs heeft gehoord, maar niet weet wat de organisatie precies doet.

3.8 CONCLUSIE

De identiteit van CNV Onderwijs is hierboven beschreven. Hieruit kan geconcludeerd worden dat CNV Onderwijs een organisatiegeoriënteerde organisatie is met een adhocratie- cultuur. Die niet enkel prestatiegericht is, maar de sfeer en de ontwikkeling van haar medewerkers erg belangrijk vindt wat ook duidt op een familiecultuur. Daarnaast is de organisatie flexibel, omdat zij in moet spelen op de ontwikkelingen in de markt en beslissingen genomen door de politiek. Ook is CNV Onderwijs redelijk open in het contact met haar leden die centraal staan in de bedrijfsvoering. De sterktes en zwaktes van de organisatie zijn hieronder opgesomd.

Sterktes

- Wij-oriëntatie
- grote motivatie medewerkers
- adhocratie
- grote vrijheid van medewerkers
- de dialoog aangaan
- open organisatie
- belangen behartigen
- samenwerkingsverbanden
- lange geschiedenis
- actieve leden
- kennis onderwijsveld

Zwaktes

- eilandjes cultuur
- inside-out organisatie
- onduidelijke strategie en visie
- adhocratie
- onduidelijke kernwaarden
- Weinig afdeling overstijgende activiteiten.
- matige naamsbekendheid

Sterktes

CNV Onderwijs heeft een wij-cultuur waardoor de medewerkers veel vrijheid hebben en hierdoor ook erg gemotiveerd zijn. De organisatie is open naar buiten, omdat zij inspeelt op de actualiteiten, waardoor het ook een adhoc manier van werken kent. De organisatie zal in beginsel altijd de dialoog aan gaan met onderhandelingspartners en werkt graag samen met andere organisaties. CNV Onderwijs heeft een lange geschiedenis wat kan zorgen voor geloofwaardigheid en vertrouwen bij de verschillende doelgroepen. Er zijn een aantal leden die zich actief inzetten voor de promotie van de organisatie en zij organiseren verschillende activiteiten waardoor leden worden geworven. De belangrijkste competenties van CNV Onderwijs zijn haar kennis en het behartigen van de (individuele) belangen van de leden.

Zwaktes

Binnen de organisatie weet niet altijd iedereen van elkaar waar zij mee bezig zijn en er wordt weinig tussen de afdelingen samengewerkt wat zorgt voor een 'eilandjes cultuur'. Daarnaast is er onduidelijkheid binnen de organisatie over de strategie die zij voeren, omdat er geen duidelijke missie, visie en kernwaarden bestaan. Door het missen van een strategie en visie en door de adhocratie is er soms minder structuur in de werkzaamheden wat als hinderlijk wordt ervaren door de medewerkers. De naamsbekendheid van de organisatie kan verbeterd worden en met name de duidelijkheid over wat CNV Onderwijs precies biedt en waar zij voor staat.

Hoofdstuk 4 Doelgroep analyse

4.1 INLEIDING

Nu de identiteit van CNV Onderwijs is onderzocht kan de volgende stap worden gezet. In dit hoofdstuk wordt een doelgroep analyse gemaakt. Om de positionering van de organisatie te bepalen worden in dit hoofdstuk de doelgroepen van de organisatie beschreven. Ook wordt er per doelgroep een link gelegd met vakbonden en specifiek met CNV Onderwijs. De deelvragen die in dit hoofdstuk beantwoord zullen worden zijn: 'Op welke doelgroepen moet de positionering van CNV Onderwijs zich richten?' en 'Wat is de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep ten opzichten van CNV Onderwijs en andere vakbonden?'. Om deze vragen te beantwoorden is er uitgebreid onderzoek gedaan. Zo wordt er in dit hoofdstuk weer gebruik gemaakt van de interviews met de vijf medewerkers van CNV Onderwijs, wordt er gebruik gemaakt van deskresearch en interne cijfers, komen voor het eerst de interviews met de negen potentiële leden aan bod en worden de uitkomsten van de enquêtes die zijn afgenomen onder 237 studenten aan lerarenopleidingen besproken. Ook is er bij het schrijven van dit hoofdstuk gebruik gemaakt van bestaande interne onderzoeken. Het 'Wat wilt u?' onderzoek onder leden uit 2010 die is uitgevoerd onder 6884 leden en het 'Wat wilt u?' onderzoek naar niet-leden uit 2010 die is uitgevoerd onder 809 respondenten. Beide onderzoeken zijn uitgevoerd door Yvonne van Brummelen. Ook het onderzoek 'Beroepstrots van leraren in het primair onderwijs' door Myriam Lieskamp en Annemieke Schoemaker is gebruikt bij het schrijven van dit hoofdstuk. Er wordt in de doelgroep analyse een onderscheid gemaakt tussen de primaire doelgroep en secundaire doelgroep. Daarna wordt de primaire doelgroep omschreven en wordt er ingegaan op de kennis, houding en het gedrag van deze groep met betrekking tot een onderwijs vakbond.

4.2 DOELGROEPEN CNV ONDERWIJS

CNV Onderwijs heeft te maken met een groot scala aan doelgroepen met wie zij communiceert. De belangrijkste groep waarmee de organisatie communiceert, zijn de leden en potentiële leden. Naast de (potentiele) leden zijn er ook andere belangrijke communicatiedoelgroepen. Deze bestaan uit: medewerkers, de media, de politiek, andere onderwijs vakbonden en verenigingen, geldverstrekkers, leveranciers en partners. Het positioneren van CNV Onderwijs heeft daarom niet alleen als doel het aanspreken van de (potentiele) leden, maar ook andere doelgroepen. Toch richt de positionering zich voornamelijk op de primaire doelgroep van (potentiële) leden omdat deze groep het allerbelangrijkste is voor het voortbestaan van de organisatie. Hierbij is ingezoomd op jonge mensen werkend in het onderwijs. De andere doelgroepen kunnen worden gezien als secundaire doelgroepen. Zij moeten zich wel kunnen vinden in de nieuwe positionering.

4.3 PRIMAIRE DOELGROEP

De leden en potentiële leden vormen samen de primaire doelgroep voor de positionering. Zonder hen kan CNV Onderwijs niet bestaan. De positionering moet er voor zorgen dat huidige leden tevreden zijn over CNV Onderwijs en dat potentiële leden lid willen worden. Hierna wordt een splitsing gemaakt tussen potentiële leden en leden. Aan het einde van het hoofdstuk wordt de secundaire doelgroep besproken.

4.3.1 Potentiële leden

Potentiele leden zijn alle mensen die werken in het basis, voortgezet of hoger onderwijs en nog geen lid zijn van CNV Onderwijs. Om tot een goede omschrijving te komen van de potentiële leden is er gebruik gemaakt van de verschillende onderzoeken die in het begin van dit hoofdstuk al werden genoemd.

cijfers

In Nederland is 6 procent van het aantal banen een baan in het onderwijs dat betekent dat de doelgroep potentiële leden erg groot is. Van deze groep werkt 40% in het basis onderwijs. Daarnaast kent het onderwijs in Nederland vooral vrouwelijke leerkrachten. In het primair onderwijs is ongeveer 81 procent vrouw. In het voortgezet onderwijs is de man-vrouw verdeling ongeveer gelijk en in het hoger beroepsonderwijs werken iets meer mannen.

(Nota werken in het onderwijs 2012. 20 maart 2012)

leraren naar leeftijd (%), in alle onderwijssectoren

Nederland	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
jonger dan 30 jaar	14,8	15,4	16,2	16,2	16,3	16,4	16,9	17,0
30 tot 39 jaar	19,3	19,2	19,2	19,1	19,5	20,0	20,4	21,0
40 tot 49 jaar	34,7	33,2	31,4	29,9	28,2	26,6	24,9	23,4
50 tot 59 jaar	28,4	29,0	29,6	30,7	31,8	32,0	31,7	31,5
60 jaar en ouder	2,8	3,1	3,6	4,0	4,1	5,0	6,1	7,0
onbekend	0,1							

(Stamos 6 februari 2012)

Uit cijfers van Stamos blijkt dat er de laatste jaren een groei te zien is van jonge leraren binnen het onderwijs. Uit de cijfers blijkt ook dat het aantal 60 plussers steeds groter wordt terwijl het aantal leraren die binnen de leeftijdscategorie 40 tot en met 49 vallen sterk daalt.

kenmerken algemeen

Veel leraren vinden hun eigen ontwikkeling belangrijk en zijn leergierig. Dit geldt zowel voor leraren in het basis onderwijs als het voortgezet- en middelbaarberoepsonderwijs. Zo blijkt uit de nota 'werken in het onderwijs 2012'. Daarnaast blijkt dat 78 procent van de leraren zeer tevreden is over hun eigen baan. Ook studenten aan lerarenopleidingen voor basis onderwijs zijn tevreden over hun opleiding en vinden de opleiding een goede voorbereiding op hun werk. (Nota 'werken in het onderwijs' 2012)

Tijdens de interviews met de medewerkers is hen gevraagd naar het beeld dat zij hebben van mensen werkend in het onderwijs omdat zij dagelijks met mensen uit het onderwijs te maken hebben en met hen samenwerken. Zij noemden de eigenschappen: zorgzaam, betrokken, maatschappelijk georiënteerd, vaak een vrouw, verantwoordelijk, druk makkend en zelfstandig.

Jonge potentiele

In de interviews, die gehouden zijn met jonge potentiële leden, gaven zij aan dat zij het werken met kinderen het leukste vinden. Elke dag is hierdoor anders en zij hebben het gevoel hun steentje bij te kunnen dragen aan de toekomst van een kind. De ontwikkeling van een kind vinden zij erg interessant. Het nadeel van werken in het onderwijs is de werkdruk volgens de respondenten. Vooral als startende leraar is er nog veel uit te zoeken en is het lastig om de taken in de daarvoor bestemde tijd te plannen.

Ook bleek uit de interviews dat de respondenten niet erg actief zijn op social media. Sommige gebruiken wel Facebook, maar andere gaven aan daar eigenlijk geen behoefte aan te hebben. Twitter wordt eigenlijk helemaal niet gebruikt en Hyves niet meer. Wel gebruiken veel potentiële leden het internet om informatie voor hun lessen te verzamelen en op de hoogte te blijven van ontwikkelingen in het onderwijs. Hierbij worden Nu.nl en Google vaak genoemd. Een aantal zou informatie over het onderwijs ook via Facebook willen ontvangen. Over het lezen van digitale nieuwsbrieven wordt heel wisselend gedacht. Sommige gaven aan dit juist interessant te vinden maar lezen deze wel vluchtig

door en andere gaven aan deze altijd gelijk te verwijderen. Veel vinden het leuk om een onderwijsblad te lezen en komen die tegen op de school waar zij stage lopen of werken. Daarbij gaven zij wel aan niet te weten hoe het blad heet dat zij op school lezen. Beurzen en congressen over het onderwijs worden nog niet bezocht door de respondenten. Hetzelfde geldt voor trainingen en cursussen. Zij denken dat ze daar later meer gebruik van zullen gaan maken. Wel gaven zij aan dat zij specifieke trainingen rondom hun vakgebied wel interessant zouden vinden.

4.3.2 Kennis, houding en gedrag potentiële leden

In deze subparagraaf wordt er ingegaan op de kennis, de houding en het gedrag van de potentiële leden met betrekking CNV Onderwijs en andere vakbonden. Er wordt eerst beschreven wat de potentiële leden al weten over vakbonden en hoe bekend zij zijn met CNV Onderwijs. Daarna wordt de houding van de potentiële leden besproken tegenover CNV Onderwijs en andere vakbonden en als laatst wordt er gekeken hoe groot de kans is dat zij lid zullen worden van een vakbond of CVN Onderwijs.

Kennis potentiële leden

- 78% van de potentiële leden kent CNV Onderwijs niet of nauwelijks.
- Als zij lid zouden zijn van een vakbond zouden zij het liefst door hen op de hoogte worden gehouden door e-mail en internet.
- Potentiële leden denken dat een lidmaatschap meer kost dan het in werkelijkheid kost.
- Maar 18% van de potentiële leden weet wat een vakbond precies doet.

(van Brummelen, Y. 2010)

Jonge potentiële leden

In de enquêtes die zijn afgenomen gaf één derde van de studenten aan nog nooit van CNV Onderwijs te hebben gehoord. 40,7 procent gaf aan wel eens vaag van CNV Onderwijs te hebben gehoord, maar niet precies te weten wat CNV Onderwijs doet. Minder dan 30 procent weet precies wat CNV Onderwijs doet en wat de organisatie voor een leraar kan betekenen. Dit is te zien in de grafiek in hoofdstuk 1.

Tijdens de interviews bleek dat geen van de potentiële leden weet wat een vakbond precies inhoud en wat een vakbond kan betekenen. Enkel een noemde uit zichzelf zonder geholpen herinnering (brand recognition) de FNV en CNV, maar niemand weet dat zij ook onderwijsvakbonden hebben of hoe deze hetten. Anderen kennen op basis van geholpen herinnering (brand recall) de AOb vanuit het nieuws. Daarbij gaven zij aan dat zij het idee hebben dat de FNV en de AOb vaker in het nieuws komen dan CNV of CNV Onderwijs. Bijna niemand kende CNV Onderwijs en bijna allen denken zij dat een vakbond alleen algemene belangen behartigt. Ook associeerde alle geïnterviewde potentiële leden een vakbond met staken. Volgens hen mag een vakbond meer zichtbaar zijn en duidelijker zijn in wat de organisatie doet.

Houding potentiële leden

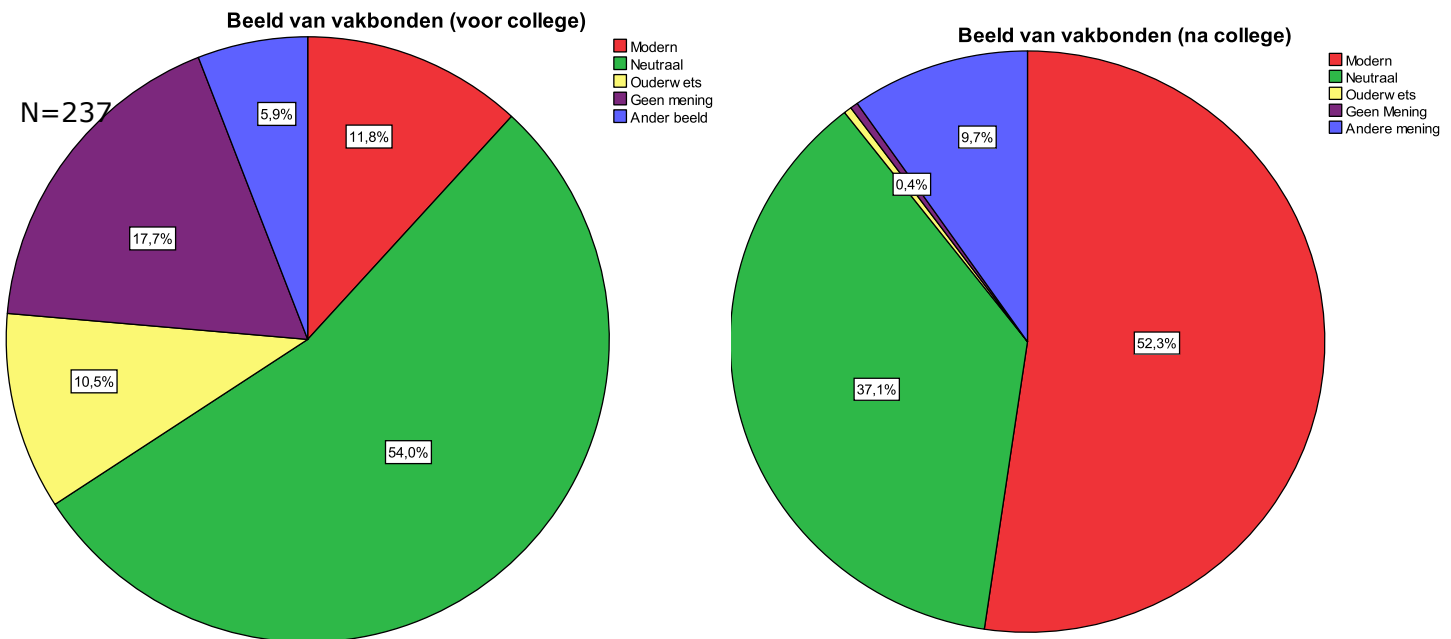
- Met name de potentiële leden jonger dan 35 jaar hebben een neutrale tot positieve houding ten aanzien van de vakbond.
- Veel potentiële leden vinden vakbonden belangrijk voor onze samenleving.

(Brummelen, Y. 2010)

Jonge potentiële leden

Studenten aan leraren opleidingen hebben over het algemeen een neutrale indruk van vakbonden. Zij hebben nog niet echt een mening gevormd, omdat zij nog weinig van de vakbonden afweten. Iets meer dan 10% van hen gaf aan dat zij een ouderwets beeld hebben van een vakbond voor het gastcollege.

Na het gastcollege dat is gegeven gaf meer dan de helft aan een modern beeld te hebben van een vakbond en is er nog maar een enkeling die een vakbond ouderwets vindt. Dit is weergegeven in onderstaande figuren.



De geïnterviewde potentiële leden gaven aan het gevoel te hebben dat een vakbond hen geen toegevoegde waarden kan bieden. Zij gaven aan al een rechtsbijstandverzekering te hebben en denken daarom dat een vakbond niks voor hen kan betekenen. Pas wanneer zij een probleem hebben op het werk zullen zij nadenken over het lidmaatschap. Wanneer een vakbond meer vak inhoudelijke trainingen zou aanbieden zou dit een goede reden zijn voor een aantal respondenten om lid te worden. Ook zouden zij informatie over het onderwijsveld willen ontvangen maar dan wel specifiek over de sector waarin zij werken. Daarbij gaven zij allen aan eerst meer informatie te willen hebben over een vakbond. Zij zouden het waarderen als dit wordt gedaan door gastlessen op hun opleiding of door een folder die een leraar ontvangt thuis of op het werk wanneer hij of zij nieuw in dienst treedt. De potentiële leden hebben een neutrale houding ten opzichte van de christelijke identiteit van CNV Onderwijs. Zij gaven bijna allemaal aan dat deze identiteit hen niet zou afstoten, maar ook niet aantrekken. Daarbij meldde zij dat wanneer de christelijke identiteit te veel gepraktiseerd zou worden zij dit wel afstotelijk zouden vinden.

Gedrag potentiële leden

- De twee belangrijkste redenen om lid te worden van een vakbond zijn voor potentiële leden 'advies en hulp bij een arbeidsconflict' en 'informatie omtrent inkomen en werk'.
- Veel leraren hebben een losse rechtsbijstand verzekering afgesloten.
- Van alle potentiële leden die op dit moment geen lid zijn van een vakbond overweegt 16% om lid te worden.
- Een vakbond moet meer opbrengen dan kosten voordat veel van de potentiële leden lid zouden worden.

(van Brummelen, Y. 2010)

Jonge potentiële leden

Van alle 237 studenten die de enquête hebben ingevuld gaven 216 studenten aan nog geen lid te zijn van een onderwijsbond. Van de 15 respondenten die lid zijn van een onderwijsvakbond zijn er vijf lid van de AOb. Aan de studenten is gevraagd of zij in de toekomst lid zouden willen worden van een vakbond hierna zijn de antwoorden in een tabel weergegeven.

			Zou je lid worden van een onderwijs vakbond?				Total
			Ja	Nee	Misschien	Geen mening	
Zou je lid worden van CNV Onderwijs?	ja		57,9%	8,3%	4,2%	0,0%	33,1%
	nee		6,3%	83,3%	2,1%	0,0%	8,5%
	misschien		35,7%	8,3%	93,7%	0,0%	57,2%
	Geen mening		,0%	,0%	,0%	100,0%	1,3%
Total		n	126	12	95	3	236
		%	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

N=236

Uit deze tabel blijkt dat bijna 60% van de studenten die de intentie hebben om lid te worden, lid willen worden van CNV Onderwijs. Maar 6,3% zou lid willen worden van een andere vakbond. Daarnaast valt op dat maar 12 respondenten aangaven helemaal geen lid te willen worden van een onderwijsvakbond. Veel van de studenten aan lerarenopleidingen gaven in de toelichting aan nu nog geen lid te willen worden van een vakbond wanneer zij nog op school zitten. Daarna hoogst waarschijnlijk wel.

Alle potentiële leden gaven in de interviews aan niet lid te zijn van een onderwijsvakbond en er ook nog nooit over na te hebben gedacht. Eén respondent gaf wel aan lid te zijn van de NBDK (de Nederlandse Beroepsvereniging voor Danskunstenaars) maar zij twijfelde of zij haar lidmaatschap zou opzeggen omdat zij weinig gebruik maakt van haar lidmaatschap. De rest weidt het geen lid zijn aan het feit dat zij nog nooit ergens tegenaan zijn gelopen in hun werk waarvoor zij een vakbond nodig zouden hebben. Ook gaven veel aan nog nooit echt in contact te zijn gekomen met een onderwijsvakbond.

4.3.3 leden

Per maand wordt er binnen CNV Onderwijs bijgehouden hoe het ledenbestand eruit ziet. Hieronder is een tabel weergegeven van het ledenaantal opgesplitst in mannen en vrouwen en verschillende leeftijdscategorieën. (cijfers 1 maart 2012 ledenadministratie)

cijfers

Leden per geslacht, naar leeftijd

1 maart 2012

	< 20	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 64	>= 65	Totaal	% M/V
M	8	535	1.357	1.721	5.185	3.971	5.338	18.115	33,90%
V	31	4.404	8.431	6.275	9.244	3.371	3.563	35.319	66,10%
Totaal	39	4.939	9.788	7.996	14.429	7.342	8.901	53.434	
% lft	0,07%	9,24%	18,32%	14,96%	27,00%	13,74%	16,66%		

Hieruit blijkt dat 66,10% van de leden vrouw is. De groep met de leeftijdscategorie 50 tot en met 59 jaar is de grootste groep, hierin bevindt 27% van het aantal leden zich. Ook kan er gesteld worden dat meer dan de helft van de leden 50+ is. Van de leden is maar 9,31% jonger dan 29.

Algemene kenmerken

Aan de medewerkers is tijdens het interview gevraagd een ijkpersoon van een gemiddeld lid te omschrijven. Zij kwamen tot het volgende beeld van een lid: Een gemiddeld lid was volgens hen een vrouw van rond de 38 jaar die les geeft op een basisschool, een gezin heeft met twee kinderen en een zorgzaam karakter heeft.

Ook voelt zij zich verantwoordelijk voor anderen, is zij religieus opgevoed maar gaat niet meer naar de kerk en heeft een druk leven. Er werd door de medewerkers een grote tweedeling gemaakt in het ledenbestand. Aan de ene kant zijn er volgens hen veel oudere leden die vanuit een sociaal gevoel en vanuit de christelijke identiteit ooit lid zijn geworden. Aan de andere kant zijn er de jongere leden die meer vanuit zichzelf denken, wellicht in een conflict terecht zijn gekomen en hierna lid zijn geworden vanuit eigen belang.

4.3.4 Kennis, houding en gedrag leden

In deze paragraaf wordt er ingegaan op de kennis, de houding en de intentie van gedrag die de leden hebben met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden.

Kennis leden

- Veel leden van CNV Onderwijs hebben behoefte aan informatie over diverse onderwerpen zoals arbeidsomstandigheden, sector, CAO en loopbaanontwikkeling.
- Er is een deel van de jonge leden die helemaal onbekend is met vrijwel alle producten en diensten van CNV Onderwijs.
- 91 procent vindt dat zij voldoende worden geïnformeerd door CNV Onderwijs.
- De leden willen het liefst geïnformeerd worden door CNV Onderwijs via het Schooljournaal of via de e-mail.

(van Brummelen, Y. 2010)

Jonge leden

Volgens het bestuur van stuurgroep jong is het belangrijk voor jonge leden dat CNV Onderwijs de leden op de hoogte houdt over ontwikkelingen bijvoorbeeld over de CAO en politieke ontwikkelingen. Hiervan moet zij een vertaling maken naar de leden toe. Jonge leden willen weten welke ontwikkelingen invloed hebben op hun werk en op welke concrete manier. Zij willen door CNV Onderwijs op de hoogte worden gehouden en gewezen op kansen. Ook moet een vakbond zorgen voor een positief bericht over het beroep in de media volgens het bestuur. De communicatie tussen de werkorganisatie en de leden is wel goed vindt de stuurgroep. Schooljournaal is informatie en leden krijgen ook een digitale nieuwsbrief waarin de belangrijkste punten staan. Er zijn echter wel leden die binnen verschillende stuurgroepen waardoor het kan voorkomen dat een lid meerdere verschillende nieuwsbrieven van verschillende stuurgroepen ontvangt.

Houding van de leden

- Leden geven CNV Onderwijs gemiddeld een 7,3 als rapportcijfer.
- 6% van de leden van CNV Onderwijs voelt zich voornamelijk lid van het CNV.
- De meeste leden vinden de belangrijkste taken van CNV Onderwijs het opkomen voor de werknemers in het algemeen en daarnaast het opkomen voor de belangen van de leden.
- Veel leden geven aan dat zij vinden dat CNV Onderwijs zich vooral moet richten op de werkdruk van leraren.
- De ontbrekende aspecten van CNV Onderwijs zijn volgens de leden de aandacht voor de leden en de daadkracht, duidelijkheid en actiebereidheid van de organisatie, het verbeteren van arbeidsomstandigheden en het verbeteren van het imago van de onderwijssector.

(van Brummelen, Y. 2010)

Jonge leden

Leden van het bestuur van stuurgroep jong melden dat jonge leden de individuele belangenbehartiging van CNV Onderwijs erg waardeerden. Ook werden er voorbeelden genoemd van leden die van de AOb over waren gestapt naar CNV Onderwijs om deze reden.

Gedrag van leden

- Bijna één op de vijf leden geeft aan dat men twijfelt over zijn of haar lidmaatschap van CNV Onderwijs.
- De helft van de respondenten maken gebruik van ondersteuning, advies en informatie (van CNV Onderwijs).
- Meer dan de helft van de leden leest het schooljournaal.
- Eén op de vijf heeft ooit gebruik gemaakt van juridische ondersteuning bij problemen op het werk.
- De drie meest opgegeven redenen om lid te worden van CNV Onderwijs zijn: 'vanzelfsprekendheid', 'hoe meer leden, hoe meer invloed', en 'de christelijke achtergrond van CNV Onderwijs'.

(van Brummelen, Y. 2010)

Jonge leden

Leden van het bestuur van stuurgroep jong gaven aan dat zij nog vanuit solidariteit en gewoonte lid zijn geworden van CNV Onderwijs. Beiden kregen zij nog van huis uit mee dat het een gewoonte was om lid te worden van een vakbond die aansloot bij het werk wat zij deden. Dit is echter bijna 10 jaar geleden en zij denken dat jongeren nu minder snel lid zullen worden van een vakbond. Het is nu volgens hen veel moeilijker om jonge leden te binden aan CNV Onderwijs.

4.4 SECUNDAIRE DOELGROEP

Bij de positionering moet ook rekening worden gehouden met de secundaire doelgroep. Deze doelgroep bestaat uit de medewerkers en potentiële medewerkers van CNV Onderwijs, de media, de overheid, andere vakbonden en verenigingen, geldverstrekkers, leveranciers en partners.

Voor de medewerkers en hun gezinsleden, die op de achtergrond een belangrijke rol spelen, is de positionering voor de beleving van het werk van belang. De medewerker moet zich aangesproken voelen tot de positionering en moet trots zijn op het werk wat hij of zij doet bij CNV Onderwijs. Daarnaast moeten de medewerkers de positionering waar maken. Zoals eerder al is omschreven, in het hoofdstuk identiteit, hebben de medewerkers een grote invloed op het imago van CNV Onderwijs. De leden staan namelijk vaak direct in contact met de medewerkers. Daarom moeten de medewerkers de gewenste identiteit uitdragen om tot een gewenst imago te komen. Om deze reden zijn zij betrokken bij het onderzoek.

De media valt ook onder de secundaire doelgroep. Er wordt door CNV Onderwijs veel naar de media gecommuniceerd en andersom wordt de organisatie ook benaderd door de media. CNV Onderwijs zoekt de media op wanneer zij interessant nieuws heeft over het onderwijsveld. Om die reden is het van belang dat de media een positief beeld heeft van CNV Onderwijs en dat de organisatie wordt gezien als expert op het gebied van onderwijs. Door goed contact met de media te houden via de persvoorlichter probeert CNV Onderwijs in de media te verschijnen.

Naast de media is de opinie van de 'politiek' over CNV Onderwijs belangrijk. Door de goede verstandhouding die CNV Onderwijs heeft met de politiek kunnen er CAO-onderhandelingen plaats vinden. Deze goede relatie moet gekoesterd worden en de politiek moet CNV Onderwijs blijven zien als een serieuze onderhandelpartner.

Ook de concurrentie van CNV Onderwijs kan gezien worden als secundaire doelgroep. CNV Onderwijs moet aan de ene kant met haar nieuwe positionering laten zien in welke punten zij zich onderscheidt van de andere onderwijsvakbonden. Daarom wordt er in de concurrentieanalyse ingegaan op de kernkwaliteiten van de verschillende concurrenten. Aan de andere kant moet CNV Onderwijs ook met deze concurrenten samenwerken tijdens CAO-onderhandelingen en bij acties of stakingen. Dit betekent dat de organisatie zich professioneel moet opstellen tegenover haar concurrenten. De concurrenten moeten CNV Onderwijs serieus nemen waar de positionering een rol bij speelt.

Als laatste moet de positionering ook de geldschietters, leveranciers en de partners aanspreken. Deze partijen moeten in CNV Onderwijs een betrouwbare partner zien. Zij moeten geloven in het voortbestaan van de organisatie. Wanneer dit niet het geval is zullen zij niet met CNV Onderwijs samen willen werken.

4.5 CONCLUSIE

Uit dit hoofdstuk wordt duidelijk dat CNV Onderwijs en daarmee de positionering van de organisatie toegespitst moet worden op een grote variëteit aan doelgroepen. De belangrijkste doelgroep bestaat uit de leden en potentiële leden. De jonge (potentiele) leden worden als uitgangspunt gebruikt om de positionering te formuleren. De secundaire doelgroep zijn de medewerkers, de media, de politiek, de concurrenten en de geldschietters, leveranciers en de partners. De leden en potentiële leden moeten zich aangetrokken voelen tot de organisatie om het voortbestaan te waarborgen. In het kort bestaan de potentiële en de leden van CNV Onderwijs uit mensen die werkend zijn in het onderwijs en erg betrokken zijn bij hun werk. De toekomst en de ontwikkeling van het kind is voor hen van groot belang. Het is een groep die zorgzaam is, maatschappelijk betrokken en erg druk is. Dit laatste komt voornamelijk door de hoge werkdruk die door vele wordt ervaren.

Uit het onderzoek bleek dat niet jonge leden niet goed op de hoogte zijn van het pakket dat CNV Onderwijs aanbiedt. De leden vinden 'opkomen voor de belangen van werknemers' de belangrijkste taak van CNV Onderwijs. Daarna het 'opkomen voor de belangen van leden'. De ontbrekende aspecten van CNV Onderwijs zijn volgens de leden de aandacht voor de leden en de daadkracht, duidelijkheid en actiebereidheid van de organisatie en het verbeteren van het imago van de onderwijssector. Toch geven de leden CNV Onderwijs gemiddeld een 7,3 als rapport cijfer.

De jonge potentiële leden die zijn onderzocht hebben weinig kennis van vakbonden en van CNV Onderwijs. Een aantal weten niet van het bestaan van de organisatie en anderen hebben wel eens van CNV Onderwijs gehoord maar weten niet wat de organisatie doet. Over het algemeen zien sommige, na meer informatie over de vakbond, wel het nut in van het lidmaatschap maar zijn voornamelijk geïnteresseerd in de individuele belangen. De potentiële leden gaven aan dat wanneer zij niet in contact komen met een onderwijsvakbond ook niet over een vakbondslidmaatschap nadenken. Ook zeiden zij dat zolang zij niet in een conflict verzeilt raken op het werk, zij niet echt behoeften hebben om lid te worden van een onderwijsvakbond. Zij vinden het wel interessant om informatie te krijgen over het onderwijsveld via een vakbond, maar dan toegespitst op de eigen sector.

Hoofdstuk 5 Concurrentieanalyse

5.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal er in worden gegaan op de verschillende concurrenten die CNV Onderwijs heeft. De concurrenten zullen op verschillende niveaus worden bekeken en er zal een uitgebreide analyse worden gemaakt van de grootste concurrent van CNV Onderwijs. Voor deze analyse is er deskresearch uitgevoerd en hebben er gesprekken plaats gevonden met de AOB. In dit hoofdstuk wordt deelvraag vier beantwoord: 'Wie zijn de concurrenten van CNV Onderwijs en op welke manier proberen zij zich te onderscheiden?'

5.2 CONCURRENTIE OP VERSCHILLENDE NIVEAU'S

CNV Onderwijs richt zich met haar activiteiten op vier niveaus:

- landelijk
- de onderwijssector
- de schoolorganisatie
- de individuele werknemer

Per niveau zijn er verschillende concurrenten te onderscheiden. Op het niveau van de onderwijssector en op landelijk niveau zijn de onderwijsvakbonden en verenigingen concurrenten van CNV Onderwijs omdat zij allen zo veel mogelijk leden proberen te werven.

Op het niveau van de schoolorganisatie en de individuele werknemer verzorgt CNV Onderwijs een heel pakket aan advies en diensten. Bij elke dienst of product die CNV Onderwijs biedt zijn er concurrenten die een vergelijkbare dienst of product leveren. CNV Onderwijs biedt korting op verzekeringen van OHRA, VGZ en FBTO, rechtshulp bij arbeidsconflicten en andere conflicten, twee keer per maand het schooljournaal, trainingen en cursussen, belastinghulp en gratis advies voor studenten, medezeggenschapsraadsleden, managers en directeurs. (CNV Onderwijs 10 april 2012) Op dit niveau heeft CNV Onderwijs met meer concurrenten te maken, dan bij de eerste twee niveaus. Namelijk de verzekeraars, onderwijsbladen, training- en adviesbureaus en belastingadviesbureaus. Hieronder worden eerst de concurrenten op de eerste twee niveaus besproken en daarna worden er voorbeelden genoemd van de concurrenten op het niveau van schoolorganisatie en individuele werknemer.

Onderwijsvakbonden

De grootste concurrenten op de eerste twee niveaus zijn de andere onderwijsvakbonden. In Nederland bestaan er veel verschillende onderwijsvakbonden namelijk de AOB, CNV Onderwijs, AVS, Fvov en de LIA. De AOB is de grootste concurrent van CNV Onderwijs, omdat zij nagenoeg hetzelfde pakket biedt als CNV Onderwijs en de grootste onderwijsbond is van Nederland. Later wordt verder ingegaan op de AOB. Eerst wordt hieronder een korte beschrijving gegeven van de andere kleinere onderwijsbonden met een soortgelijk pakket.

- 'LIA' (Leraren in Actie), is de vakbond speciaal voor leraren in het voortgezet onderwijs voortgekomen uit een actiegroep. De LIA biedt Individuele belangenbehartiging, Rechtsbijstandsverzekering, Collectieve belangenbehartiging en MR trainingen. (Leraren in actie 20 maart 2012)
- 'FvOv' (Federatie van Onderwijsvakorganisaties), vertegenwoordigd onderwijspersoneel in alle onderwijssectoren. Er vallen meerdere kleine onderwijsbonden onder deze federatie zoals de KVLO die de belangen van leraren lichamelijke opvoeding behartigt en de UnieNFTO die opkomt voor leraren in het voortgezet onderwijs en het hoger beroepsonderwijs. Binnen de FvOv bestaan er elf onderwijsvakorganisaties die samenwerken. De FvOv onderhandelt over de CAO's in de verschillende onderwijssectoren.

Verder biedt de vakorganisatie ondersteuning en rechtsbijstand op het werk. De FvOv valt onder de CMHF (Centrale van Middelbare en Hogere Functionarissen bij Overheid). (CMHF 20 maart 2012) (FvOv 20 maart 2012)

- 'AVS' (Algemene Vereniging Schoolleiders), is een vakbond voor leidinggevend in het basisonderwijs. De AVS biedt schoolleiders de AVS helpdesk, collectieve belangenbehartiging, individuele rechtspositionele belangenbehartiging, korting op trainingen en opleidingen. (AVS 20 maart 2012)

Vakverenigingen

Naast onderwijsvakbonden bestaan er ook een groot aantal vakverenigingen. Echter is de scheidingslijn tussen beide moeilijk te bepalen omdat zij veel overeenkomsten hebben. Hieronder worden een aantal vakverenigingen op onderwijsgebied kort genoemd.

- 'Onderwijs Maak Je Samen Advies & Training', zij ondersteunen en adviseren directies en leraren binnen het primair- en voortgezet onderwijs.
<http://www.onderwijsmaakjesamen.nl/over-ons/>
- 'BON', een vereniging die ouders, leerlingen, docenten, bedrijven, wetenschappers en andere geïnteresseerden samen brengt om ideeën en inzichten over het onderwijs uit te wisselen. Zij bezitten hiervoor een weblog en een forum. (BON 21 maart 2012)
- 'VVVO' (vak inhoudelijke verenigingen voortgezet onderwijs), is een overkoepelende vereniging voor het voortgezet onderwijs. Deze vereniging fungeert als spreekbuis en aanspreekpunt. (VVVO 21 maart 2012)

rechtshulp

Niet leden kunnen kiezen om een losse rechtsbijstandsverzekering af te sluiten in plaats van lid te worden van een vakbond. Op het gebied van rechtshulp zijn er andere dienstverlenende organisaties die deze hulp ook bieden. Bijvoorbeeld het juridisch loket, zij worden gefinancierd door de overheid en men kan hier gratis antwoord krijgen op een juridische vraag. (Het juridische loket 2 april 2012) Daarnaast zijn er ook commerciële organisaties die juridische dienstverlening bieden. Een voorbeeld hiervan is DAS. Zij bieden een uitgebreide rechtsbijstandsverzekering, maar ook prepaid rechtshulp voor een vaste prijs. (DAS 2 april 2012)

Onderwijsblad

Het blad Schooljournaal van CNV Onderwijs die twee keer in de maand verschijnt, heeft concurrentie van andere onderwijsbladen. Deze worden door andere onderwijsbonden uitgegeven, maar ook door andere organisaties. Een voorbeeld hiervan is Onderwijsblad 'Egoscoop' die uitgegeven wordt door onderwijs adviesbureau 'onderwijs maak je samen'. Net als Schooljournaal bevat dit blad artikelen en achtergrondinformatie rondom het onderwijsveld.

Belasting

Bij het geven van belastinghulp is de grootste concurrent de belastingdienst die beschikt over honderden belastingkantoren. De belastingdienst heeft ook een speciaal 'Twitterteam' die op een eigen twitteraccount, '@BDaangifte', advies geeft. Daarnaast beschikt de belastingdienst over een 'Belastingtelefoon' waar vragen kunnen worden gesteld over belastingaangiften. (De Belastingdienst 29 maart 2012)

Trainingen, cursussen en advies

De trainingen, cursussen die CNV Onderwijs biedt en het advies dat zij bieden wordt ook door meerdere organisaties in een vergelijkbare vorm aangeboden. Een voorbeeld hiervan is het landelijk opererend onderwijsadviesbureau 'Onderwijs Maak Je Samen Advies & Training'. Zij ondersteunen en adviseren directies en leraren binnen het primair- en voortgezet onderwijs. (Onderwijs maak je samen 29 maart 2012)

5.3 DE AOB

De grootste concurrent van CNV Onderwijs is de AOB, die is aangesloten bij de Federatie Nederlandse Vakbeweging (FNV). De FNV is opgericht in 1976 en is met 1,4 miljoen leden in 2012 de grootste vakcentrale in Nederland. De voorlopers van de FNV waren het Nederlandse Verbond van Vakverenigingen (NVV) en het Nederlands Katholiek Vakverbond (NKV). (FNV 30 maart 2012) Door de verschillende ontwikkelingen op het gebied van vakbewegingen en op het gebied van onderwijs en de daling van de populariteit van vakbonden wil de FNV in 2012 een hervorming doorvoeren. Over deze hervorming en ontwikkelingen is meer te vinden in bijlage 14 en bijlage 15.

De AOb is met ruim 81.000 leden, vertegenwoordigd in verschillende sectoren, de grootste onderwijsvakbond in Nederland. De bond is op 1 januari 1997 ontstaan door een fusie van de onderwijsbonden ABOP en NGL. De organisatiestructuur van de AOb is gebaseerd op sectoren. De hoofdpijlers zijn de sectoren primair onderwijs, voortgezet onderwijs, beroepsonderwijs en volwassen educatie en hbo. Elke sector heeft een sectorraad met daarin ongeveer vijftig AOb-leden. Zij helpen mee met het bepalen van het beleid onder leiding van een eigen bestuur. Daarnaast kennen zij ook aparte groepen voor verschillende doelgroepen. Zij onderscheiden; een groep voor beginnende leerkrachten, een Vrouwengroep, Agrarisch onderwijs, Plug, Openbaar Onderwijs, Allochtonengroep, AOb Roze, Belangengroep Gymnasiale Vorming (BGV), Directies po, Groene Golf, Onderwijsadvisering, OOP en de Postactieven. (Algemene Onderwijsbond 30 maart 2012)

Het hoofdkantoor van de AOb is gevestigd in Utrecht. Om de organisatiedoelstellingen door het hele land te realiseren werkt de AOb met rayons. De sectorraadsleden komen uit verschillende provincies in Nederland die de AOb heeft geclusterd in 5 rayons. Op deze manier proberen zij elke provincie te vertegenwoordigen in hun sectorraden. In het organogram, te vinden in bijlage 16, wordt duidelijk hoe de organisatie in elkaar zit.

5.4 CONCURRENTIEANALYSE AOB

Om een beter beeld te krijgen van de AOb is er een uitgebreide concurrentieanalyse gemaakt die is gebaseerd op het concurrentieanalysemodel uit het marketingcommunicatiestrategie handboek van Floor en van Raaij. In de analyse worden de volgende vragen beantwoord:

- 'Op welke voor de consument belangrijke punten onderscheidt de organisatie zich?'
- 'Wat is hun prijsstrategie?'
- 'Welke claims en argumenten hanteren ze in hun marketingcommunicatie?'
- 'Welke communicatie-instrumenten gebruiken ze?'
- 'In welke media adverteren zij en wanneer doen zij dat?'
- 'Hoe groot is hun marketingcommunicatiebudget?'

(Floor, J.M.G. e.a 2006)

Op welke voor de consument belangrijke punten onderscheidt de organisatie zich?

Het pakket dat de AOb aanbiedt verschilt weinig van wat de andere onderwijsbonden aanbieden. In bijlage 17 is een schema opgenomen waar er per doelgroep wordt aangegeven welke producten en diensten de AOb biedt.

Wat opvalt aan het pakket dat de AOb biedt is het gratis lidmaatschap voor studenten die studeren aan een lerarenopleiding. Ook valt op dat zij de schoolleiders weinig extra's te bieden hebben.

Wel heeft de AOb een apart pakket voor de gepensioneerden. Zij kunnen gebruik maken van kortingen op dagjes uit.

Verder biedt de AOb als extra de onderwijspas voor alle betalende leden. Op deze pas staat het lidmaatschapsnummer vermeld en met deze pas krijgen leden op Onderwijspas.nl kortingen op boeken, verzekeringen, reizen en artikelen. (Algemene Onderwijsbond 2 april 2012) Een ander onderscheidend punt van de AOb is de aparte protestants-christelijke tak binnen de organisatie.

Deze afdeling wordt de CVHO genoemd en organiseert haar eigen bijeenkomsten. Deze afdeling bestaat inmiddels 16 jaar (Algemene Onderwijsbond 2 april 2012)

Op de website benoemen zij zelf de volgende kwaliteiten die zij hebben:

- We onderhandelen over de cao van iedereen die in het onderwijs werkt
 - De AOOb behartigt uw belangen in de breedste zin van het woord: binnen de politiek, bij uw werkgever
 - Onze juristen staan leden bij in arbeidsconflicten met deskundig juridisch advies
 - Heeft u een vraag over een arbeidsrechtelijke ontwikkeling? Ons Informatie- en Adviescentrum zoekt voor u het antwoord.
 - Leden ontvangen om de twee weken ons toonaangevende Onderwijsblad.
 - Leden krijgen korting op cursussen en trainingen van AOOb-Scholing.
- (Algemene Onderwijsbond 2 april 2012)

Welke Prijsstrategie wordt gehanteerd?

Bij de AOOb is de contributie gebaseerd op het inkomen van het lid. De AOOb maakt wel onderscheid tussen drie groepen die zij A, B en C noemen. De eerste groep is werkend in het onderwijs de tweede groep heeft een uitkering en de derde groep is postactief of een ZZP'er. De eerste groep betaalt het meeste voor het lidmaatschap en de derde groep het minst. Per groep wordt er onderscheid gemaakt door het inkomen wat het lid per maand verdient. Per 50 euro die een lid meer verdient wordt hij of zij in de volgende schaal ingedeeld. Wanneer het lid een wisselend inkomen heeft, wordt er met het lid een contributiebedrag afgesproken.

Begin 2012 heeft de AOOb een actie dat een lid de eerste zes maanden 25 euro betaald. Een lid moet dan wel tenminste één jaar lid worden van de AOOb. Daarnaast krijgt een lid 30 tot 50% van de contributie terug als dit in de CAO geregeld is.

Hierna is een schema opgenomen waarin de contributie van groep A af te lezen is. Een uitgebreider schema van alle groepen is terug te vinden in de bijlage 18.

Contributietabel		950-1.000	8,00	1.300-1.350	11,50	1.900-2.000	15,00	3.200-3.500	18,50
Bruto-inkomen € per maand	Contributie per maand	1.000-1.050	8,50	1.350-1.400	12,00	2.000-2.100	15,50	3.500-3.800	19,00
		1.050-1.100	9,00	1.400-1.500	12,50	2.100-2.200	16,00	3.800-4.100	19,50
0-800	6,00	1.100-1.150	9,50	1.500-1.600	13,00	2.200-2.300	16,50	4.100 en meer	20,00
800-850	6,50	1.150-1.200	10,00	1.600-1.700	13,50	2.300-2.600	17,00	wijzigingen voorbehouden	
850-900	7,00	1.200-1.250	10,50	1.700-1.800	14,00	2.600-2.900	17,50		
900-950	7,50	1.250-1.300	11,00	1.800-1.900	14,50	2.900-3.200	18,00		

(Algemene Onderwijsbond 2 april)

Welke claims en argumenten hanteren ze in hun marketingcommunicatie?

De AOOb maakt niet consequent gebruik van een duidelijke positionering of slogan. In hun marketingcommunicatie gebruiken zij enkel 'AOOb algemene onderwijsbond'. Ook claimen zij op de website de volgende argumenten 'AOOb: grootste vakbond, meeste invloed, meer resultaat.' In veel marketingcommunicatie maken zij gebruik van een andere leus 'Geen bonussen maar banen'. (Algemene Onderwijsbond 4 april 2012) Met deze leus voeren zij in 2011 en 2012 actie tegen bezuinigen in het onderwijs en de bonusregeling die de overheid wil gaan invoeren voor leraren. De AOOb maakt wel consequent gebruik van een beeldmerk in de vorm van een groen poppetje, hiernaast afgebeeld.



(Beeldmerk AOOb)

Om lid te worden van de AOOb benoemen zij op hun website een aantal argumenten:

- Meer bagage: elke 14 dagen het Onderwijsblad met nieuws, tips en lesmethodes
- Meer zekerheid: je rechtsbijstand voor werk en inkomen is goed geregeld
- Meer bereiken: jouw mening telt in ledenpeilingen en onderhandelingsakkoorden

De AOb claimt de volgende doelen op haar website:

- Het verbeteren en waarborgen van de salarissen en werkomstandigheden van mensen werkend in het onderwijs.
- Het verbeteren van de kwaliteit van het onderwijs en het promoten van professionalisering.

We praten met politiek en werkgevers

(Algemene Onderwijsbond 2 april 2012)

Welke communicatie-instrumenten gebruiken ze?

De AOb communiceert met haar communicatie doelgroepen via verschillende middelen.

De AOb:

- heeft een onderwijsblad die één keer in de twee weken naar alle leden wordt verstuurd. Het blad bevat columns, commentaar, reportages en interviews.
- heeft een website die vaak wordt geüpdatet met nieuws over het onderwijsveld. Op deze website kun je ook alles vinden over het lidmaatschap.
- verstuurt nieuwsbrieven naar haar leden. Deze nieuwsbrieven zijn ook terug te vinden op hun website.
- zet consultants in op scholen die het aanspreekpunt zijn voor leden. Zij kunnen vragen beantwoorden en werken samen met de rayonbestuurders. Zij bezoeken scholen en geven door wat er in de scholen leeft.
- werkt met PR-consulenten om studentleden binnen te halen op Pabo's en leraren opleidingen. Dit zijn docenten die lid zijn van de AOb en zij verzorgen workshops en voorlichtingen.
- heeft een website voor starters, straksvoordeklaas.nl. Hierop worden tips gegeven aan starters en studenten. De website wordt ook regelmatig geüpdatet met nieuwe onderwijsartikelen.
- is elk jaar aanwezig met een stand op de Nationale Onderwijs Tentoonstelling (NOT) om nieuwe leden te werven.
- maakt gebruik van reclamespots om tijdens het debat over de bezuinigingen op passend onderwijs actie te voeren en om nieuwe leden te werven.
- heeft op Youtube verschillende filmpjes en reclame spots.
- gebruikt Twitter onder de naam '#AObtweets', om realtime met haar leden te communiceren

In welke media adverteren zij en wanneer doen zij dat?

De AOb voerde in 2011 en 2012 actie met de campagne geen 'bonus maar banen' tegen de bezuinigingen in het onderwijs. Dat deden zij met een reclamespot op televisie die rondom de acties in het passend onderwijs getoond werd in het reclameblok van het acht uur journaal. Het doel van de reclamespot was potentiële leden, leden en de overheid laten zien dat de AOb tegen de bezuinigingen in het (passend) onderwijs en de nieuwe bonus-regeling was.

Hiernaast geeft de AOb, in haar jaarverslag van 2011, aan ook samen te werken aan campagnes met verschillende partners die een raakvlak hebben met de onderwijsbond.

Verder zocht de AOb de media op met een aantal onderzoeken die werden gedaan door het onderwijsblad dat zij uitgeven. Zij deden onderzoek naar gemeenten die weinig geld steken in schoolgebouwen, topsalarissen van onderwijsbestuurders en een onderzoek naar de prestaties van leraren. De uitkomsten van deze onderzoeken deelde de AOb met kranten, tijdschriften en de radio.

Ook waren zij actief met het reageren op bepaalde kwesties die in de media speelden. Zoals de prestatiebeloning, de 1040 uren norm, de vakantie van prinses Amalia, de nullijn voor onderwijspersoneel, de bezuinigingen op het passend onderwijs en de grote staking die werd georganiseerd in de Amsterdam ArenA door alle onderwijsbonden. (Jaarverslag Algemene Onderwijsbond 4 april 2012)

De AOB staat net als de FNV bekend als een fellere en actiegerichte vakbond. Hierbij gebruiken zij felle uitspraken. Zij komen hierdoor dan ook vaker (negatief) in het nieuws. Een aantal voorbeelden is te vinden tijdens de staking tegen de bezuinigingen op het passend onderwijs. Daar werden ook uitspraken gedaan door de AOB die later terug werden genomen.

Voorbeelden van uitspraken en incidenten:

- * 'Hoe dom kan een kabinet zijn?' (Algemene Onderwijsbond 4 april)
- * 'Marja van Bijsterveld is de beroerdste Minister van Onderwijs ooit. (..) En ze mist het intellectuele niveau om minister te zijn'. Twee uitspraken van Marten Kircz, bestuurder van de lerarenvakbond AOb. (KRO 4 april 2012)
- * 'Wijzigingen in het onderwijs doorvoeren en menen dat die bekostigd kunnen worden door 300 miljoen euro weg te halen bij het passend onderwijs, getuigt volgens voorzitter Walter Dresscher van de Algemene Onderwijsbond van "een gaatje in je hoofd."' (Reformatische Dagblad 5 april 2012)

Hoe groot is het marketingcommunicatiebudget van de AOb?

De AOb heeft haar communicatiebudget verdeeld over verschillende gebieden. Zij onderscheiden internet, hun onderwijsblad en marketing. Voor de afdeling internet hebben zij een budget beschikbaar van ongeveer [REDACTED] euro. Hiermee wordt onder andere de website van de AOb bijgehouden en beheerd. Voor de afdeling marketing waar campagnes, brochures, folders en flyers onder vallen hebben zij een budget van ongeveer [REDACTED]. Voor het onderwijsblad dat zij tweewekelijks uitgeven hebben zij een relatief klein budget van ongeveer [REDACTED] euro. Dit komt volgens Robbert Sikkes door de lage drukkosten die zij maken, omdat zij een goede deal wisten te sluiten met een drukker. In het totaal beschikken zij over een communicatiebudget van ongeveer [REDACTED] euro en geven zij het grootste gedeelte (66%) uit aan de redactie van hun onderwijsblad. De AOb beweert geen derde geldstroom of sponsors te hebben. Wel wordt de AOb tijdens acties financieel bijgestaan door de FNV. Hiervan werd bijvoorbeeld de commercial 'geen bonussen maar banen' gefinancierd. (Robbert Sikkes marketingcommunicatie manager bij de AOb)

5.4 CONCLUSIE

Omdat CNV Onderwijs een zeer uitgebreid pakket biedt heeft zij hierdoor een groot aantal concurrenten op verschillende niveaus. Er bestaan concurrenten die eenzelfde soort dienst aanbieden zoals verzekeraars en belastingsservice, maar ook concurrenten die nagenoeg hetzelfde pakket als CNV Onderwijs aanbieden. Uit de concurrentie analyse blijkt dat de AOb niet veel verschilt van CNV Onderwijs. Beide vakbonden hebben nagenoeg dezelfde structuur en bieden ongeveer dezelfde pakketten aan. De AOB is de grootste Onderwijsbond en heeft bijna twee keer zo veel leden als CNV Onderwijs. Zij gebruiken de claim 'dat zij de grootste onderwijs vakbond zijn' ook vaak in hun uitingen. De AOb is door de omvang en hun strijdbaarheid vaker in het nieuws dan CNV Onderwijs en heeft grotere campagnes. Opvallend is dat het te besteden communicatie budget van de AOb niet veel verschilt met dat van CNV Onderwijs. De AOb wordt echter wel gesteund tijdens acties door de actie kas van het FNV. De AOB maakt bij de promotie van de vakbond gebruik van consultants die verdeelt over de rayons worden ingezet. Hiermee genereert de AOb veel regionale aandacht voor hun organisatie. De kosten van het lidmaatschap voor het lid van de AOb zijn te vergelijken met die van CNV Onderwijs echter werkt de AOb met een andere prijsstrategie. Bij de AOb is de contributie die je als lid moet betalen afhankelijk van het inkomen en in welke categorie het lid valt met de functie die hij of zij bekleedt.

Hoofdstuk 6 Conclusie

6.1 INLEIDING

In dit deel zijn de identiteit, de doelgroepen en de concurrenten uitgebreid beschreven. In dit laatste hoofdstuk van deel 2 wordt er een samenvatting gegeven van alle resultaten. Hiermee wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag: *'Welke voor de doelgroep belangrijke punten moeten naar voren komen in de positionering die passen bij de identiteit van CNV Onderwijs en onderscheidend waarmee de organisatie zich kan onderscheiden van de concurrentie?'*

6.2 CONCLUSIE

CNV Onderwijs is een organisatie met een corporate merk wat betekent dat de positionering betrekking heeft op een organisatiemerk. Het is een organisatie met een complexe structuur die is voortgekomen uit verschillende fusies en heeft daarmee een lange geschiedenis. De lange geschiedenis mag benadrukt worden, omdat dit een pluspunt is waarmee de organisatie vertrouwen kan wekken bij haar doelgroepen. De Christelijke identiteit mag minder worden benadrukt omdat de nieuwe generatie hier minder mee heeft. Er heerst binnen de organisatie een sterke interne focus, die is terug te zien aan de familiecultuur. Daarnaast heerst er ook een adhoc-cultuur waarbij wordt ingespeeld op actualiteiten van buitenaf. Door de familiecultuur wordt er te veel van binnenuit gedacht en minder vanuit de leden wat getypeerd kan worden als een inside-out benadering. De organisatie zal daarom meer activiteiten in moeten zetten om de leden meer inspraak te geven. De missie en visie van CNV Onderwijs zijn onduidelijk en veranderen steeds waardoor er geen duidelijke strategie van CNV Onderwijs wordt herkend door de medewerkers. De kerncompetenties van CNV Onderwijs zijn het behartigen van de belangen van haar leden, de kwaliteit van het onderwijs bewaken door te zorgen dat leden zich kunnen blijven ontwikkelen en de dialoog aan gaan tijdens onderhandelingen.

De primaire doelgroep van de organisatie, die bestaat uit leden en potentiële leden, vindt de individuele belangen behartiging en het op de hoogte blijven van ontwikkelingen binnen de eigen sector de belangrijkste redenen om lid te worden van een onderwijsvakbond. Daarom is het belangrijk om hierop te focussen in de positionering. Daarbij moet de persoonlijke aandacht en die CNV Onderwijs kan bieden naar voren komen. De huidige leden zijn niet zo tevreden over de daadkracht en duidelijkheid van de organisatie. Dit moet verbeterd worden door vaker in het nieuws te verschijnen als organisatie en duidelijke standpunten in te nemen. De positionering moet zich meer richten op jongeren werkend in het onderwijs, omdat het ledenbestand behoorlijk vergrijst er een nieuwe aanwas nodig is om het voortbestaan van de organisatie veilig te stellen. De jonge potentiële leden weten nog erg weinig over onderwijsvakbonden en over CNV Onderwijs. Door de hoge werkdruk zullen zij zich niet snel uit zichzelf gaan verdiepen in het vakbond lidmaatschap tenzij zij in aanraking komen met de vakbond of zij ergens tegenaanlopen in hun werk. Aan het gebrek aan kennis bij deze doelgroep moet meer aandacht worden besteed. CNV Onderwijs moet naar hen toe komen.

Er is een grote variëteit aan concurrentie maar de AOb is de grootste onderwijsbond van Nederland en daardoor ook de grootste concurrent. Qua pakket verschilt de AOb weinig van CNV Onderwijs alleen hanteren zij een andere prijsstrategie waarbij de contributie van het lidmaatschap afhangt van de functie en salaris van het lid. De AOb is een meer actiegerichte vakbond ten opzichte van CNV Onderwijs die in het beginsel liever de dialoog aan gaat. Door deze actiegerichtheid is de AOb vaker in het nieuws dan CNV Onderwijs en valt zij meer op door de groene huisstijl die zij hanteert. Hierdoor is de AOb onder potentiële leden vaak beter bekend dan CNV Onderwijs. CNV Onderwijs moet zich tegenover de AOb positioneren als een kleinere bond met meer persoonlijke aandacht voor het lid die haar verantwoordelijkheid als organisatie niet uit de weg gaat maar alles eraan doet om problemen op een harmonieuze manier op te lossen. In bijlage 19 is een model te vinden waarin de bovenstaande conclusies worden weergegeven.

Deel III Advies

INLEIDING

Dit deel van het rapport beslaat het advies dat wordt gegeven aan CNV Onderwijs. Als eerst wordt er een positionering voorgesteld die is voortgekomen uit het onderzoek. Daarna volgt een aanbeveling voor een campagne om de positionering als het waren te introduceren en zo de gewenste breinpositie te verwerven in de hoofden van de doelgroepen. Om dit te bereiken wordt er in dit deel een campagne in de vorm van een communicatieplan beschreven. Hierbij worden de laatste twee deelvragen beantwoord 'Welk communicatie advies kan geformuleerd worden om de gewenste positionering te bereiken?' en 'Welke overige aanbevelingen kunnen worden gedaan om de nieuwe positionering aan te laten sluiten bij de identiteit en producten en diensten van CNV Onderwijs?'. Dit deel begint met het hoofdstuk bereik, hierin komen de volgende paragrafen aan bod: de communicatiedoelgroep, de communicatiedoelstellingen en de communicatiestrategie. Daarna begint hoofdstuk communicatie uitingen met: de communicatie boodschap, de communicatiemix en de communicatiecampagne. Het laatste hoofdstuk zal gaan over de uitvoer. In dit hoofdstuk komt het vooronderzoek aanbod, gevolgd door de planning en de evaluatie, daarna is er een kostenbegroting gemaakt en als laatste is er een lijst opgenomen met kort overige aanbevelingen die niet gericht zijn op communicatie.

Hoofdstuk 7 positionering

7.1 INLEIDING

Nu de identiteit, de doelgroepen en de concurrenten zijn onderzocht, kan de positionering worden geformuleerd. Het positioneren van CNV Onderwijs leidt tot een focus in het beleid, een onderscheidende communicatiestrategie en communicatieboodschap, en een keuze van communicatiemiddelen. De positionering bestaat niet alleen uit een nieuwe slogan, maar moet een duidelijke verandering teweeg brengen in van het imago van de organisatie. CNV Onderwijs moet een gewenste positie veroveren in de hoofden van de doelgroepen. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de centrale vraag *'Welke strategische positionering kan geformuleerd worden voor CNV Onderwijs die onderscheidend, duurzaam, geloofwaardig en relevant is voor (potentiële) leden, werknemers en stakeholders?'*. (communicatiepositionering 17 april 2012)

7.2 POSITIONERING

Merkpositionering is een merk zo neer zetten dat deze een unieke positie krijgt in het hoofden van de doelgroep ook wel breinpositie genoemd. Vroeger dacht men 'een goed product verkoop zichzelf wel'. Tegenwoordig is er zoveel concurrentie en lijken producten steeds meer op elkaar. Daardoor is het noodzakelijk voor een organisatie om een unieke positie te claimen in de hoofden van de doelgroepen. De positionering bestaat uit vier belangrijke componenten, onderscheiden, duurzaamheid, geloofwaardigheid en relevantie. Deze componenten kunnen gelinkt worden aan de deelvragen die zijn gesteld en beantwoord.

Onderscheidend, de organisatie moet zich met de positionering onderscheiden van concurrerende organisaties en moet haar concurrentievoordeel claimen.

Deelvraag 4 'Wie zijn de concurrenten van CNV Onderwijs en op welke manier proberen zij zich te onderscheiden?'

Duurzaam, wat betekent dat de positionering voor een langere tijd wordt geformuleerd.

Deelvraag 1 'Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?'

Geloofwaardigheid, wat inhoud dat de positionering moet berusten op de werkelijkheid en niet enkel een mooi verhaal kan zijn.

Deelvraag 1 'Wat is de identiteit van CNV Onderwijs?'

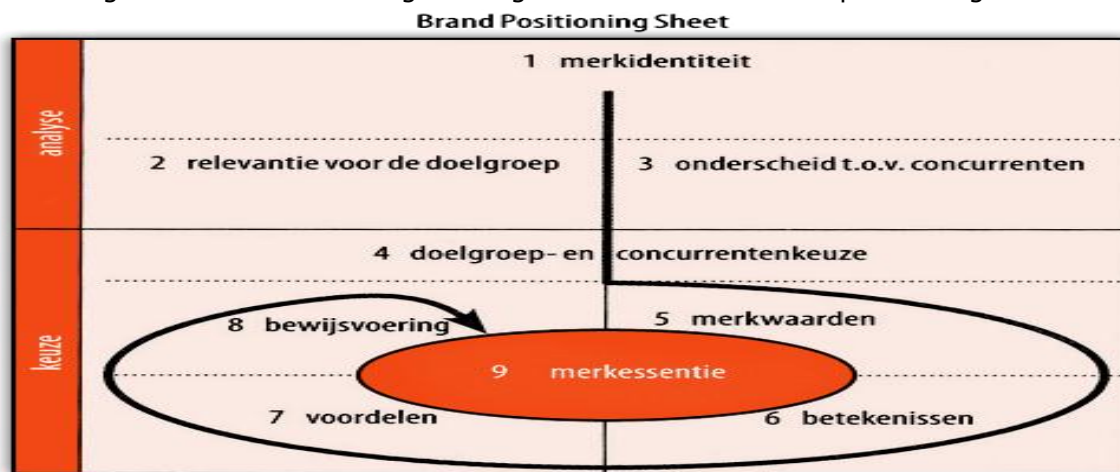
Relevantie, de positionering moet relevant zijn voor de doelgroep, als een positionering zich richt op een kenmerk van de organisatie die niet belangrijk is voor de doelgroep zullen zij niet geïnteresseerd zijn in de organisatie.

Deelvraag 2 'Op welke doelgroepen moet de positionering van CNV Onderwijs zich richten?'

Deelvraag 3 'Wat is de kennis, houding en het gedrag van de primaire doelgroep ten opzichte van CNV Onderwijs en andere vakbonden?'

Keuzes

Het onderzoek is gedaan en de resultaten hiervan zijn hierboven uitgebreid beschreven. Hieruit zijn keuzes gemaakt en worden er aanbevelingen gedaan voor de positionering voor CNV Onderwijs. Om de positionering uit te werken wordt gebruik gemaakt van een brand positioning sheet.



(Riezebos, R & van der Grinten, J 2011)

Om de positionering compleet te maken worden er in deze paragraaf keuzes gemaakt waarbij de resultaten van het onderzoek zijn gebruikt. In deel 2 van het rapport is er een analyse gemaakt van de merkidentiteit, de relevantie voor de doelgroepen en het onderscheid ten opzichte van de concurrentie. Hieronder worden aanbevelingen gedaan bij nummer 4 tot en met nummer 9. Daarna wordt in het blauwe kader een brand positionering statement of wel de positionering voorgesteld voor CNV Onderwijs.

4. Doelgroep- en concurrentenkeuze: de doelgroep die in de beeldvorming centraal staat zijn alle mensen werkend in het onderwijs of nog lerend voor onderwijzer. De grootste concurrent van CNV Onderwijs is de AOb waar al op in is gegaan in hoofdstuk 3 van deel 2. Deze twee keuzes staan centraal voor de volgende punten.

5. De merkwaarden: de merkwaarden die de organisatie moet profileren zijn: respect voor het lid, een duurzame en persoonlijke relatie met het lid, en de verantwoordelijkheid en betrokkenheid naar het lid toe. Deze waarden werden al genoemd door de medewerkers die deze waarden belangrijk vinden tijdens het contact met de leden een deze proberen toe te passen. Daarnaast zijn het waarden die belangrijk worden geacht door de doelgroep.

6. Betekenis: de betekenis van de organisatie moet eigenlijk de essentie zijn van het bestaansrecht. Bij CNV Onderwijs is dat het waarborgen van de kwaliteit van het onderwijs en opkomen voor het onderwijspersoneel, met name voor leden.

7. Voordelen: de voordelen die in de communicatie naar voren dienen te komen zijn; de trainingen en cursussen, is de kennis van het vak en de ontwikkelingen binnen het vak, is de betrokkenheid van CNV Onderwijs bij een lid en is de persoonlijke hulp die zij een lid biedt als er problemen zijn op de werkvloer of juridische problemen in de privé sfeer.

8. Bewijsvoering: om te bewijzen dat CNV Onderwijs al deze voordelen biedt moet zij benoemen welke eigenschappen zij heeft en welke diensten en producten zij biedt. De academie zorgt voor de trainingen en cursussen. Schooljournaal en de stuurgroepen voor de kennis over de ontwikkelingen in het vak. De hulp wordt geboden door beleid en de juridische dienstverlening en de betrokkenheid en de persoonlijke benadering moeten op elke afdeling in elk contact met het lid naar voren komen.

9. Merkessentie: de merkessentie bestaat uit een aantal woorden om intern richting te geven, te inspireren en om alle neuzen dezelfde kant op te laten wijzen. De merkessentie die voor CNV Onderwijs geformuleerd kan worden is; persoonlijk, betrokken en behulpzaam. CNV Onderwijs moet in beginsel altijd behulpzaam zijn bij de problemen die een lid heeft, maar ook bij het de ontwikkeling die een lid doormaakt. De organisatie moet betrokken zijn bij het leven van het lid door hem of haar op de hoogte te houden en het lid een stem te geven bij belangrijke beslissingen binnen de organisatie. Dit alles moet voortkomen uit de persoonlijke relatie die CNV Onderwijs met het lid heeft en de persoonlijke benadering naar het lid toe.

Hieronder is de positioning van CNV Onderwijs samengevat in een brand-positioning statement

Brand-positioning statement

CNV Onderwijs is een vakvereniging met een lange geschiedenis die zich richt op alle mensen die werken in het onderwijs. De vakvereniging heeft net als haar leden het doel de kwaliteit van het onderwijs te bewaken. Dit doet zij door het collectief belang van het onderwijspersoneel te behartigen. Daarnaast voelt de organisatie zich verantwoordelijk voor de ontwikkeling van het lid maar ook voor de problemen die een lid kan hebben. CNV Onderwijs wil haar leden een veilig gevoel geven zodat leden weten dat zij altijd terecht kunnen bij CNV Onderwijs en op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen binnen de eigen onderwijssector doordat zij lid zijn. De vakvereniging onderscheidt zich door de persoonlijke relatie die zij met het individuele lid wil aangaan, de betrokkenheid bij het lid en de aandacht die zij een lid kan bieden. Leden hebben een grote stem binnen de vakvereniging en CNV Onderwijs wil met haar leden, net als met haar onderhandelingspartners, graag de dialoog aangaan.

Hoofdstuk 8 bereik

8.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal het bereik van het communicatieplan worden besproken. Als eerste zal er naar de communicatiedoelgroep van de campagne worden gekeken. Daarna zal er in worden gegaan op de communicatiedoelstellingen die bereikt moeten worden met de campagne. Afsluitend zal de strategie aanbod komen waarin duidelijk wordt hoe de communicatiedoelstellingen bereikt kunnen worden.

8.2 COMMUNICATIEDOELGROEP

Er is voor gekozen om in dit communicatieplan naast de leden vooral te focussen op jonge potentiële leden (de nieuwe generatie) zodat er een specifieke campagne kan worden ontwikkeld voor een afgebakende communicatiedoelgroep. Daarbij wordt er nog steeds rekening gehouden met de andere doelgroepen in deze campagne.

Zoals eerder genoemd moet de secundaire doelgroep zich ook kunnen vinden in de nieuwe positionering en de bijbehorende campagne. De doelgroepen van CNV Onderwijs zijn in het vorige deel van het rapport al uitvoerig besproken. Hieronder is nog eens kort in een schema weergegeven welke kenmerken de groepen uit de primaire doelgroep delen.

Primaire doelgroep en		Leden	Jonge Potentiele leden
Omschrijving		- Mensen werkend in het onderwijs. - Betrokken, zorgzaam, behulpzaam, hoogopgeleid en druk. - Grootste percentage leden is 50+ - Hebben een grote passie voor het kind en het onderwijs. - Oudere leden denken meer vanuit het groter geheel en vinden solidariteit belangrijk. - Jonge leden zijn voornamelijk op zichzelf gefocust	- Startende werknemers in het onderwijs/ studenten lerarenopleiding - Betrokken, zorgzaam, behulpzaam, hoogopgeleid en druk. - Leeftijd van 18 tot en met 35 jaar. - Hebben een grote passie voor het kind en het onderwijs.
Kennis, houding en gedrag met betrekking tot CNV Onderwijs en andere vakbonden.		- Weten wat een vakbond doet maar jongere leden zijn niet geheel op de hoogte van de diensten en producten van CNV Onderwijs. - Hebben een positieve houding m.b.t een vakbond, sommige zijn wel ontevreden over daadkracht van CNV Onderwijs. - Oudere leden zijn ooit lid geworden vanuit vanzelfsprekendheid, loyaliteit/solidariteit en vinden de christelijke identiteit belangrijk. - Jonge leden zijn veelal lid geworden vanuit eigen belang. - Vinden 'opkomen voor werknemers' en 'hulp bieden aan individuele leden' belangrijk.	- Weten niet wat een vakbond doet en een aantal kent CNV Onderwijs vaag van naam. - Associëren vakbonden met staken. - Hebben een neutrale houding ten opzichte van de christelijke identiteit van CNV Onderwijs. - Hebben vaak nog nooit nagedacht over het lidmaatschap tot dat zij in contact komen met CNV Onderwijs of tegen een probleem aanlopen op het werk. - Willen alleen lid worden als dit voor hen zorgt voor persoonlijk voordeel. - Zijn geïnteresseerd in specifieke informatie over hun sector.

8.3 COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN

Bij het positioneren van een merk is naamsbekendheid één van de belangrijkste componenten. Een merk wordt vaak beter gewaardeerd en eerder vertrouwd als het ook een goede naamsbekendheid heeft. Daarnaast geldt natuurlijk 'onbekend maakt onbemind'. Als eerst zijn hieronder de kennisdoelstellingen geformuleerd om de naamsbekendheid van CNV Onderwijs te vergroten.

Na de kennis doelstellingen volgen de doelstellingen die betrekking hebben op de houding van de doelgroep ten op zichten van CNV Onderwijs. Een merk bestaat namelijk uit een aantal associaties die een consument heeft bij het merk. Telkens als de doelgroep in aanraking komt met CNV Onderwijs moet dit positieve associaties oproepen. Omdat de campagne erop is gericht om het gewenste imago van CNV Onderwijs te bereiken bij de doelgroep, zijn er alleen doelstellingen geformuleerd op het gebied van de kennis en de houding van de doelgroep. Deze campagne heeft niet als primair doel ledenwerving. Daarom zijn er geen gedragsdoelstellingen geformuleerd. Echter kan een ledengroei wel een logisch gevolg zijn van het werken aan een gewenst imago.

Kennis:

- 40% van de jonge mensen werkend in het onderwijs en 50% van studenten aan lerarenopleidingen moet aan het eind van 2013 weten wie CNV Onderwijs is, weten wat zij doet en waar zij voor staat.
- 75% van de leden moet eind 2013 door middel van de campagne op de hoogte zijn van de nieuwe focus van CNV Onderwijs.

De eerste doelstelling is gebaseerd op de cijfers die nu bekend zijn over de kennis van studenten aan lerarenopleidingen en niet-leden die werken in het onderwijs. Van de studenten kent 75% CNV niet of nauwelijks en bij de niet-leden werkend in het onderwijs is dat 78%. Omdat er bij zowel de studenten als mensen die werken in het onderwijs ongeveer 25% CNV Onderwijs goed kent is er gekozen om een niet al te hoog percentage te kiezen bij de eerste doelstelling. Daarbij is het percentage van de studenten hoger, omdat zij makkelijker benaderd kunnen worden via hun school dan de andere jonge potentiëlen.

Bij de tweede doelstelling is gekozen voor een groter streefpercentage omdat het hier om leden gaat waarvan contactgegevens beschikbaar zijn en het dus makkelijk is om met hen te communiceren.

Houding:

- 80% van de jonge mensen werkend in het onderwijs of lerend voor onderwijzer, die na de campagne weet wat CNV Onderwijs doet en waar zij voor staat, moet eind 2013 een positieve houding hebben ten opzichte van CNV Onderwijs.
- 75% van de leden, die door de campagne op de hoogte zijn van de nieuwe mogelijkheden en focus, moet hier met een positieve houding tegenover staan.

Van de 40% werkenden en de 50% studenten, die kennis hebben genomen van CNV Onderwijs dankzij de campagne, moet 80% positief staan tegenover de positionering van CNV Onderwijs. Zij moeten de associaties betrokken en persoonlijk koppelen aan de organisatie. 80% wordt geschat als een haalbaar percentage omdat de nieuwe positionering gebaseerd is op punten die belangrijk zijn voor deze doelgroep. Daarom is er een grote kans dat zij een positieve houding hebben ten opzichte van CNV Onderwijs. Voor de leden is een iets lager percentage gekozen, omdat er ingeschat wordt dat een aantal leden geen veranderingen willen.

8.4 STRATEGIE

De positionering moet het imago wat de doelgroep heeft van CNV Onderwijs beïnvloeden. Dat imago kan omschreven worden als een knoppennetwerk van associaties in de hoofden van de doelgroep. Een merk wordt in ons geheugen gerepresenteerd door een netwerk van geheugenknopen die onderling met elkaar in verbinding staan. Een merknaam bevindt zich in de centrale geheugenknoop met daar omheen verschillen knopen die associaties bevatten. Wanneer een persoon wordt geconfronteerd met een merknaam wordt niet alleen de centrale geheugenknoop geactiveerd maar worden ook de andere knopen die hiermee in verbinding staan geactiveerd. Deze knopen vormen samen een associatienetwerk wat ook wel een merkschema wordt genoemd. (Riezebos, R & van der Grinten, J 2011) Hieronder is een model ontworpen van hoe de associatieknopen van CNV Onderwijs eruit zouden moeten zien in de hoofden van de doelgroep.



Om de nieuwe positionering neer te zetten en het gewenste imago van CNV Onderwijs te bereiken wordt er geadviseerd om een campagne in te zetten. Deze campagne zal zich voornamelijk richten op de verhoging van de naamsbekendheid en de verbreding van de kennis van CNV Onderwijs bij de doelgroep. Daarnaast moet de houding van de doelgroep over CNV Onderwijs worden beïnvloed zodat zij de gewenste associaties hebben bij de organisatie en de positionering overeen komt met het imago dat de doelgroep van CNV Onderwijs heeft. In deze campagne zal minder de nadruk worden gelegd op het gedrag van de doelgroep omdat het geen ledenwerf campagne is.

Volgens Riezebos en van der Grinten zijn er vier positioneringsgrondslagen: organisatie centraal, product centraal, marketingvariabele centraal en ontvanger centraal. (R, Riezenbosch & van der Grinten. 2011) De laatste grondslag, ontvanger centraal, kan het beste worden gekozen als grondslag voor de positionering van CNV Onderwijs en als uitgangspunt voor de campagne. Uit het onderzoek blijkt dat veel jonge potentiële leden meer kijken naar hun individuele belang dan naar het algemeen belang. Zij willen een vakbond die iets voor hen persoonlijk kan betekenen. Ook de leden geven aan dit belangrijk te vinden. Daarnaast wil de organisatie een vakvereniging zijn die zich meer gaat richten op de vak inhoud en de ontwikkeling van leden. CNV Onderwijs kan de ontvanger centraal zetten door in de communicatie duidelijk de behoeften van de doelgroep aan een persoonlijke en betrokken vakvereniging, en de individuele belangenbehartiging te benadrukken.

De campagne zal zich richten op de verschuiving van vakbond naar vakvereniging die de organisatie heeft doorgemaakt. Daarbij moet gefocust worden op de individuele belangenbehartiging, de vak inhoud die de organisatie te bieden heeft en de persoonlijke ontwikkeling van de leden omdat dit de punten zijn waar CNV Onderwijs goed in is en waar de doelgroep geïnteresseerd in is. De leden moeten het gevoel hebben altijd terug te kunnen vallen op hun vakvereniging, dat de organisatie de leden persoonlijk benaderd en het vertrouwen hebben dat zij bij deze vakvereniging niks hoeven te missen over ontwikkelingen binnen hun vak. Doordat CNV Onderwijs wil laten zien dat zij een persoonlijke en betrokken organisatie is zal in de campagne gebruik worden gemaakt van een persoonlijke benadering. De potentiële leden zullen worden benaderd in hun eigen werkomgeving en er zal geen gebruik worden gemaakt van massamedia-kanalen. CNV Onderwijs gaat de scholen in en schoolleiders zullen actief worden ingezet. De huidige leden zullen individueel worden benaderd en er zal voor hen een nieuwe tool worden ontwikkeld om op de hoogte te kunnen blijven.

Hoofdstuk 9 communicatie uitingen

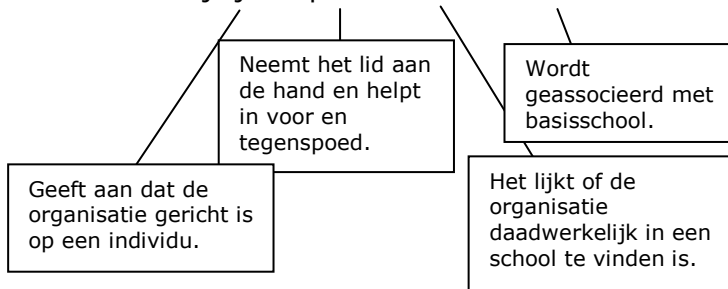
9.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal in worden gegaan op de communicatie. In het vorige hoofdstuk werd uitgelegd dat er bij een specifieke doelgroep een positieve verandering van het imago dat zij hebben van CNV Onderwijs zal moeten plaatsvinden. In dit hoofdstuk zal worden besproken hoe het gewenste imago bij de doelgroep bereikt kan worden door de inzet van communicatie. Eerst zal er een nieuwe communicatieboodschap worden voorgesteld waarna het grote idee voor de campagne zal worden uitgewerkt. Als laatste zijn de benodigde communicatiemiddelen in een schema verwerkt.

9.2 COMMUNICATIEBOODSCHAP

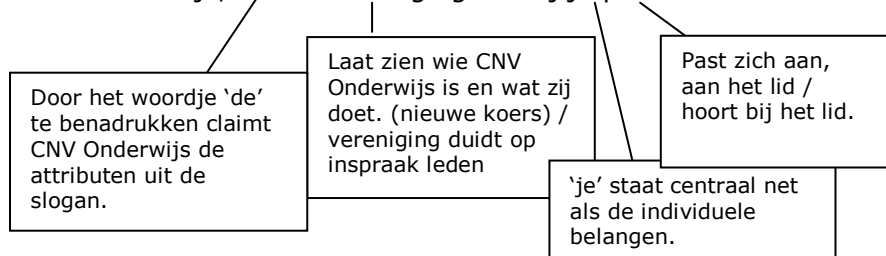
Bij de nieuwe positionering past ook een nieuwe boodschap vanuit de organisatie naar de leden en potentiële leden. Als eerst wordt er gekeken naar de oude slogan die CNV Onderwijs gebruikten waarna er een voorstel wordt gedaan voor een nieuwe slogan.

De oude propositie van CNV Onderwijs luidt:
CNV Onderwijs jouw partner in de school



De volgende dingen vallen op aan deze slogan. Het woord 'jouw' laat zien dat een vakbond klaarstaat voor het lid als individu. Het woord 'partner' staat centraal als zelfstandig naamwoord. De medewerkers en potentiële leden gaven aan in de interviews dit een goede woordkeuze te vinden omdat het laat zien dat een vakbond er in goede en slechte tijden is. Maar het woord partner kan ook worden gezien als iemand die je aan de hand meeneemt vinden zij, wat de indruk kan wekken dat een lid niet zelfstandig genoeg is. Door het woord 'in' lijkt het of een vakbond ook in de scholen aanwezig is. Respondenten gaven aan dat het dan lijkt of zij de CNV Onderwijs dagelijks tegen kunnen komen in de school. Het woord 'school' wordt door sommige respondenten als kinderachtig gezien en geassocieerd met de basisschool en veel minder met het hoger beroepsonderwijs.

De nieuwe slogan die wordt aanbevolen luidt:
CNV Onderwijs, dé vakvereniging die bij je past



Deze nieuwe slogan benadrukt de aspecten waar CNV Onderwijs goed in is en welke belangrijk zijn voor de doelgroep. In de slogan wordt CNV Onderwijs een 'vakvereniging' genoemd zodat duidelijk is wat CNV Onderwijs is omdat uit het onderzoek blijkt dat veel uit de doelgroep niet weten wat de organisatie is. Daarnaast zegt het woord 'vakvereniging' wat de organisatie doet en geeft het woord aan dat de organisatie vak inhoud biedt. Daarnaast staat het woord vereniging voor de inspraak die de leden hebben. Door het woord 'de' te gebruiken claimt CNV Onderwijs het woord vakvereniging.

'je' staat centraal in de slogan, omdat blijkt dat vooral de nieuwe generatie geïnteresseerd is in wat een vakbond/vakvereniging hen persoonlijk kan bieden. De vakvereniging moet bij hen aansluiten en niet andersom. Het persoonlijke komt terug in het woord 'past' wat laat zien dat een vakvereniging past bij een individu en dat een lid zelf kan bepalen hoe zij gebruik maakt van de vakvereniging. CNV Onderwijs moet passen in het drukke leven van de doelgroep.

9.3 DE CAMPAGNE

Om de positionering van CNV Onderwijs neer te zetten wordt er geadviseerd een communicatiecampagne te lanceren. Deze zal volledig om het idee van de persoonlijke en betrokken vakvereniging worden gebouwd. Mensen moeten het gevoel krijgen dat CNV Onderwijs echt iets voor hen kan betekenen, hen kan helpen als het fout gaat en hen verder kan brengen als het goed gaat. Daarbij laat CNV Onderwijs zien een kleinere vakvereniging te zijn die naar de potentiële leden toe komt, waar leden echt terecht kunnen en niet wegvallen in de massa. De campagne zal worden geïnspireerd op de nieuwe slogan, 'CNV Onderwijs, dé vakvereniging die bij je past.' De campagne zal ingebed worden in het drukke leven dat de doelgroep leidt. Daarbij vragen zij zich continu af: 'Past dit nog wel in mijn drukke leven?', 'Is dit iets voor mij?' en 'Wat levert het mij op?'

CNV Onderwijs moet het antwoord zijn op deze vragen door te laten zien dat zij een betrokken organisatie is met veel vakkennis. In de campagne staat persoonlijke benadering en betrokkenheid voorop. Omdat er verschillende doelgroepen aangesproken moeten worden met de campagne, wordt hieronder een verdeling gemaakt van de verschillende groepen.

Medewerkers

Voordat de nieuwe campagne wordt geïntroduceerd en daarmee de nieuwe focus en de slogan wordt er geadviseerd om eerst intern iedereen op de hoogte te brengen. De medewerkers mogen zich bij de nieuwe campagne niet gepasseerd voelen en moeten als eerste op de hoogte worden gebracht van de veranderingen. Dit kan gedaan worden door een e-mail te versturen naar de hele organisatie. Door hen hierover te informeren en hen feedback te vragen zal de uitvoering van de campagne worden verbeterd. De medewerkers moeten daarbij wel het gevoel hebben dat er echt naar hen wordt geluisterd. Zonder dat de medewerkers achter deze campagne en vernieuwingen staan zullen deze nooit een succes worden. Voor de medewerkers zullen er verschillende informatiebijeenkomsten worden georganiseerd en er zullen met hen brainstorm sessies plaats moeten vinden. Beiden moeten plaats vinden voordat de campagne volledig wordt ingericht. Tijdens de campagne wordt geadviseerd om de medewerkers op de hoogte te houden van de vorderingen door berichten op het intranet te plaatsen.

Leden

Na de medewerkers wordt er geadviseerd om de leden te informeren daarnaast zullen zij om input moeten worden gevraagd om de nieuwe vakvereniging verder te kunnen inrichten. Hierover is meer te vinden in de volgende paragraaf over het vooronderzoek. De campagne is er onder andere op gericht om de kennis van leden over de nieuwe focus van de organisatie te vergroten.

Om bij de leden de nieuwe slogan en focus van CNV Onderwijs te introduceren zullen zij een persoonlijke e-mail ontvangen en een thuisgezonde brief die naar deze mail verwijst. In deze e-mail staat een link naar de corporate website waar meer informatie te vinden is over de vernieuwingen. De vernieuwing moet duidelijk zichtbaar zijn door een pop-up waarin de nieuwe slogan wordt gepresenteerd en waarin informatie staat over de nieuwe positionering. Ook zal hierbij een poll getoond worden waar leden hun mening kunnen geven. Dit gedeelte van de website is niet alleen zichtbaar voor leden maar ook voor potentiële leden.

Naast de link naar de website is er in de e-mail een link opgenomen naar 'mijn CNVO' (een reeds bestaande online pagina op de website van CNV Onderwijs waar leden zich kunnen registreren). Aan 'mijn CNVO' zal een nieuwe informatie functie worden toegevoegd. Hierin kunnen leden aanvinken wat zij interessant vinden uit het dienstpakket en over welke vak-gerelateerde onderwerpen zij meer willen weten. Wanneer zij daar hun gegevens invullen en aangeven welke onderwerpen zij interessant vinden kunnen zij elke week/maand op hun eigen pagina de updates vinden van de aangevinkte onderwerpen.

Daarnaast kunnen zij hier ook aanvinken van welke stuurgroep zij informatie willen ontvangen en hoe (via de mail of alleen op 'mijn CNVO'). Er zijn veel stuurgroepen en het kan voorkomen dat een lid van vijf verschillende stuurgroepen informatie ontvangt. Om dit tegen te gaan wordt het lid zelf de keuze geboden om één of meerdere stuurgroepen te kiezen waar hij of zij informatie van wilt. Hierbij kunnen de stuurgroepen ook worden ingezet als vraagbaak waarbij leden persoonlijk contact op kunnen nemen met een stuurgroep via een chatvenster in 'mijn CNVO'. Door 'mijn CNVO' te gebruiken kiezen leden zelf wanneer zij informatie bekijken en over welke onderwerpen zij geïnformeerd worden. De leden hebben op dat moment de touwtjes in eigen handen. Op deze manier wordt er een persoonlijke online omgeving voor hen gecreëerd. Hierdoor kunnen de leden het lidmaatschap zelf inrichten zoals zij dat willen. 'mijn CNVO' wordt al ingezet door CNV Onderwijs voor niet-leden en wordt gebruikt voor ledenwerving. Echter zal voor hen een soort lightversie moeten worden ontwikkeld, zodat zij niet van dezelfde voordelen genieten als de leden. Dit kan gedaan worden door hen minder opties te bieden waardoor zij nieuwsgiering kunnen worden en overgehaald om lid te worden.

Studenten lerarenopleiding

De kennis van en over CNV Onderwijs moet ook extern naar potentiële leden vergroot worden. Niet alleen de naamsbekendheid van CNV Onderwijs moet groter worden, maar ook moet er bij deze doelgroep een gewenst imago van CNV Onderwijs worden gecreëerd. Bij de jonge potentiële leden wordt geadviseerd om dit te doen door meer gastlessen te geven op lerarenopleidingen. Hierbij worden zij persoonlijk aangesproken door de CNV Onderwijs. Tijdens deze gastlessen kan de nieuwe positionering van CNV Onderwijs worden geprofileerd. Uit de enquêtes die zijn afgenomen op de lerarenopleidingen is gebleken dat deze gastlessen zeer positief worden beoordeeld en dat er na de gastlessen een zichtbare verandering optreedt van de kennis en houding ten opzichte van CNV Onderwijs en andere vakbonden. Er wordt geadviseerd om aan het einde van de gastlessen een USB stick uit te delen met daarop handige informatie waarmee de studenten zich kunnen voorbereiden op het werk dat zij gaan doen. Op deze manier nemen ze een stukje van CNV Onderwijs mee naar huis en worden zij thuis nog herinnerd aan de gastles. Daarnaast kan CNV Onderwijs op de USB stick een voorproefje, van de kennis die zij bezitten als vakvereniging, laten zien. Ook zal er worden gevraagd naar de gegevens van deze studenten tijdens de gastles. Hiermee kunnen zij nogmaals, wanneer zij daadwerkelijk een startende leraar zijn, worden geïnformeerd via een starters folder van CNV Onderwijs.

CNV Onderwijs wordt geadviseerd om zich met de gastlessen niet alleen te richten op Pabo's maar ook op vakspecifieke opleidingen en op academische lerarenopleidingen. Vooral bij deze laatste opleidingen kan een voorlichting erg interessant zijn omdat studenten op deze opleiding nog meer bezig zijn met het verbeteren en de ontwikkelingen van het onderwijs op wetenschappelijk gebied.

Naast de gastcolleges wordt er geadviseerd om posters op te hangen in deze scholen met de nieuwe slogan van CNV Onderwijs. Vaak hangen er in scholen prikborden waarop men posters mag ophangen. Op deze wijze hebben de leerlingen nog een reminder na het gastcollege op school. Door op verschillende opleidingen voorlichting te geven en posters op te hangen komen studenten al in aanraking met een vakbond voordat zij gaan werken wat verschillende voordelen heeft. Ten eerste is de onwetendheid over het onderwijs vak bij deze groep het grootste dus kunnen zij de hulp van een vakbond goed gebruiken. Wanneer zij dan eenmaal lid zijn is het noodzaak hen als lid te behouden en hoe eerder zij lid zullen worden des te lager zullen de promotiekosten per lid zijn door het lange lidmaatschap. Ten tweede kan er gewerkt worden aan een voorkeur voor CNV Onderwijs. Wanneer er eenmaal een voorkeur voor een andere vakbond bestaat is dit lastiger.

Jonge potentiële leden

Om de jonge potentiële leden die al werken aan te spreken wordt er geadviseerd om hen op een andere manier te benaderen. Zij weten nog weinig van CNV Onderwijs en hebben meer informatie nodig maar daar gaan zij niet zelf naar opzoek. Kennis over CNV Onderwijs moet bij deze groep aangeboden worden door een starters folder van CNV Onderwijs te versturen op het moment dat zij voor het eerst nieuw in dienst treden. Deze folder zullen zij thuis ontvangen en in deze folder moeten zij op een persoonlijke manier worden aangesproken. In de folder staat uitgebreide informatie over CNV Onderwijs met vooral veel informatie over een startende docent waaronder: waar deze op moet letten, waar hij of zij recht op heeft en tips om de werkdruk te verlagen. De folder moet wel daadwerkelijk informatief zijn en niet enkel een reclame folder. Er wordt aanbevolen om een 'starters' cursus bij CNV Onderwijs te ontwikkelen en deze in de folder gratis aan te bieden. Op deze manier kunnen zij persoonlijk en face to face kennismaken met CNV Onderwijs waardoor het imago positief wordt beïnvloed. Na de cursus kan ook de CNV Onderwijs USB stick met de informatie voor de startende student weer meegeven worden zodat CNV Onderwijs top of mind blijft als de leraar thuis is.

Naast de mensen die net in dienst treden wordt er aanbevolen om ook de jonge mensen werkend in het onderwijs die al een langere tijd in dienst zijn aan te spreken. Hiervoor wordt geadviseerd om de afdeling schoolleiders in te zetten van CNV Onderwijs. In de interviews gaven respondenten aan dat als zij iets via hun school/schoolleider over vakbonden of vakverenigingen zouden horen, zij dit sneller zouden aannemen.

De schoolleiders die lid zijn van CNV Onderwijs zijn in feite de 'key' naar de leraren op hun school. Zij hebben een grote invloed en er zal sneller iets van hen worden aangenomen omdat dit persoonlijker is. Deze schoolleiders zullen benaderd moeten worden met de vraag of zij zich intensief zouden willen inzetten voor CNV Onderwijs. Als tegenprestatie kunnen de cursussen voor starters ingezet worden. Door hen attent te maken op het feit dat zij per jaar een x aantal cursussen mogen weggeven onder jonge leraren en onderwijs ondersteuners kunnen zij deze aanbieden aan werknemers op hun school. Op deze manier kan jong onderwijspersoneel in contact komen met CNV Onderwijs. De cursussen zullen vakinhoudelijk moeten zijn of ingaan op de opstartproblemen die een jonge docent of onderwijsondersteuner kan hebben. Daarbij kan gedacht worden aan de onderwerpen planning en orde in de klas. Door deze aanpak worden potentiële leden persoonlijk aangesproken in hun eigen vertrouwde omgeving en krijgen zij door de gratis cursus een positieve houding ten opzichte van CNV Onderwijs. Ook laat CNV Onderwijs zien dat zij betrokken zijn bij de ontwikkeling van onderwijspersoneel.

Daarnaast kan er met de schoolleider overlegd worden of CNV Onderwijs ook een voorlichtingsmiddag of avond kan geven op de school van de schoolleider om het persoonlijke contact tussen CNV Onderwijs en het potentiële lid te bevorderen. Dit kan op een aantal scholen worden opgestart als pilot en wanneer dit een succes blijkt te zijn kan dit door heel Nederland worden gedaan. Hierbij zullen tijdens de voorlichting weer alle aanwezige de CNV Onderwijs USB stick mee krijgen.

Facebook

Voor alle groepen kan de corporate Facebook pagina actiever worden ingezet om het gewenste imago van CNV Onderwijs te creëren. Daarbij moet het niet een kanaal zijn om alleen te zenden, wat op dit moment het geval is, maar moet de pagina ook een discussieplatform gaan vormen. Een platform waar mensen zelf ook berichten posten en de discussie met elkaar aangaan. Hierbij kan de linked-in groep van Schooljournaal, waarop veel mensen actief zijn en reageren, als voorbeeld dienen. Op de Facebook pagina kan 'mijn CNVO' verder actief gepromoot worden net als de stuurgroepen. 'Facebook en mijn CNVO' zorgen ervoor dat CNV Onderwijs meer betrokken is in het leven van de doelgroep omdat leden en niet-leden persoonlijke informatie kunnen ontvangen die op hen is afgestemd en relevant is voor hun sector. Facebook kan omschreven worden als een persoonlijk medium, omdat Facebook wordt gebruikt door mensen in het dagelijks leven en zij daar met hun vrienden en kennissen communiceren. Hierdoor kan er ook mond tot mond reclame plaats vinden doordat mensen uit de doelgroep van elkaar kunnen zien dat zij 'Facebook vriend' zijn van CNV Onderwijs. De medewerkers kunnen betrokken worden bij de invulling van de Facebook pagina.

Aan hen kan gevraagd worden om input te leveren voor discussies en vragen te beantwoorden van bezoekers. Er kan bijvoorbeeld elke maand een interne expert over een bepaald thema worden gevraagd om de discussies op Facebook te leiden. Daarnaast verdient het aanbeveling om een 'webcare' team op te zetten die alle social media van CNV Onderwijs monitort en ook bijhoudt wat er op andere websites en social media over CNV Onderwijs wordt gezegd.

9.4 COMMUNICATIEMIX

De inzet van de communicatie is afgestemd per doelgroep. De doelgroepen worden allen op een manier benaderd die bij hen past. Hierna is er in een schema per doelgroep aangegeven welke communicatiemiddelen ingezet kunnen worden om te communiceren met de verschillende groepen.

medewerkers	leden	Studenten lerarenopleiding	Jonge potentiële leden
<u>Persoonlijke mail</u> met uitleg over de veranderingen	<u>Persoonlijke mail + brief</u> met uitleg over de veranderingen/mogelijkheden	<u>Voorlichting</u> op alle lerarenopleidingen	<u>Schoolleiders inzetten</u> om hen te benaderen
<u>Berichten op het intranet</u> om de medewerkers op de hoogte te houden	<u>Aanpassing website</u> met uitleg over de vernieuwing	<u>USB stick</u> wordt uitgedeeld	<u>Gratis cursus</u> aanbieden
<u>Brainstormsessie</u> en informatiebijeenkomsten met medewerkers	<u>'Mijn CNVO'</u> uitbreiden qua mogelijkheden	<u>Posters</u> ophangen op alle lerarenopleidingen	<u>Voorlichtingsavonden op scholen</u> organiseren
Input van medewerkers vragen voor de <u>Facebook pagina</u>	Via de <u>Facebook pagina</u> wijzen op 'mijn CNVO' en de stuurgroepen waar zij terecht kunnen.	<u>Folders versturen</u> wanneer de studenten klaar zijn met hun opleiding	<u>Folder versturen</u> aan startende leraren.
		Via de <u>Facebook pagina</u> CNV Onderwijs promoten en een discussieplatform creëren.	Via de <u>Facebook pagina</u> CNV Onderwijs promoten en een discussieplatform creëren.

Hoofdstuk 10 de uitvoering

10.1 INLEIDING

De campagne is in het vorige hoofdstuk al beschreven. In dit laatste hoofdstuk zal er worden ingegaan op de uitvoer van de campagne. Hierbij zal als eerste de vooronderzoeken worden besproken die plaats moeten vinden voordat de campagne van start kan gaan. Hierna zal de planning volgen waarin aangegeven zal worden wanneer elke activiteit van de campagne plaats zal moeten vinden. Daarna volgt de paragraaf over de evaluatiemomenten. Hierna worden de kosten besproken in de begroting. In de laatste paragraaf zal deelvraag 6 worden beantwoord, 'Welke overige aanbevelingen kunnen worden gedaan om de nieuwe positionering aan te laten sluiten bij de identiteit en producten en diensten van CNV Onderwijs?'. Om deze te beantwoorden zullen er een aantal korte aanbevelingen worden gedaan.

10.2 VOORONDERZOEK

Voordat de campagne van start kan gaan moeten er eerst een aantal onderzoeken worden gedaan. Wanneer de campagne te snel van start gaat zonder alles onderzocht te hebben bestaat er een mogelijkheid dat de organisatie halverwege voor onvoorziene problemen komt te staan. Om die reden moeten eerst alle mogelijkheden worden nagegaan en kan daarna de campagne van start gaan.

Vakbond naar vakvereniging

Voordat de campagne begint zal er een onderzoek gehouden moeten worden onder alle huidige leden. Omdat CNV Onderwijs een nieuwe focus krijgt moet er eerst bij deze groep worden nagegaan wat zij vinden van deze vernieuwing. Deze vernieuwing legt juist de nadruk op de eigen verantwoordelijkheid van het lid, de betrokkenheid van de organisatie bij het lid en de inspraak van het lid op de bedrijfsvoering.

Daarom zal deze nieuwe focus met daarbij de nieuwe slogan eerst aan hen moeten worden voorgelegd er kan aan hen gevraagd worden of zij goede ideeën hebben om deze verandering van vakbond naar vakvereniging tot een succes te maken. Op deze manier hebben de leden inspraak en hebben zij het gevoel dat er naar hen geluisterd wordt. Zij zullen daarna sneller de verandering accepteren. Er zal dan ook echt geluisterd moeten worden en de campagne met daarbij de positionering zal daadwerkelijk moeten worden aangepast als blijkt dat leden deze vernieuwingen niet zien zitten.

Concurrentie analyse

Doordat er in het vorig hoofdstuk geconcludeerd wordt dat CNV Onderwijs het beste door het leven kan gaan als vakvereniging moet er een uitgebreidere concurrentieanalyse worden gedaan naar andere vakverenigingen. Deze worden in de huidige analyse al even genoemd maar hier wordt verder nog niet dieper op ingegaan. Omdat er wordt geconcludeerd dat CNV Onderwijs zich beter kan positioneren als een vakvereniging betekend dit dat zij in een nieuwe productklasse valt waarbij er dus andere concurrenten zijn te onderscheiden. Wel is het zo dat de AOb qua pakket dat zij aanbieden nog het meeste lijkt op CNV Onderwijs daarom blijft de bovenstaande concurrentieanalyse relevant.

Wet bescherming persoonlijke gegevens

Om de folders te versturen moet er onderzoek gedaan worden naar de wet bescherming privé gegevens. Om een folder naar een persoonlijk adres te sturen moeten er gegevens worden verworven van beginnende leraren. Er moet onderzocht worden hoe deze gegevens kunnen worden ingekocht en wat er wel en niet mag worden gedaan met deze gegevens.

10.3 PLANNING

Er wordt geadviseerd om de medewerkers als eerst in kennis te stellen van de verandering en de campagne binnen de organisatie. Daarnaast moeten zij ook input kunnen leveren om de campagne en de veranderingen te verbeteren. Wanneer de laatste dingen zijn bijgeschaafd zullen er de hiervoor beschreven onderzoeken moeten worden gedaan om te kijken of de campagne haalbaar is en hoe de leden tegenover de verandering staan. Hierna zal een go/no go beslissing genomen moeten worden om de campagne te starten.

Daarna wordt er geadviseerd om de leden in te lichten over de nieuwe focus van CNV Onderwijs zodat zij zich niet gepasseerd voelen. Zij zullen op de hoogte moeten worden gesteld van de nieuwe mogelijkheden van 'mijn CNVO'. Hierna zullen de voorbereidingen worden getroffen om de campagne naar de potentiële leden uit te zetten.

Er is gekozen om de voorlichtingen op de opleidingen plaats te laten vinden halverwege het jaar wanneer studenten gaan nadenken over het jaar erop wanneer zij gaan werken. Tegelijkertijd zal dan ook de pilot voor de voorlichtingsavonden plaats vinden zodat er na de pilot nog eventueel aanpassingen kunnen worden gedaan voordat er meerdere scholen worden bezocht.

Tijdens de voorlichtingen zullen ook de posters op de opleidingen ophangen worden en de CNV Onderwijs USB sticks uitgedeeld.

De nieuw startende leraren kunnen het beste pas in augustus benaderd worden vlak voordat zij nieuw in dienst treden. De cursussen zullen vanaf april het hele jaar door maandelijks gegeven worden zodat er genoeg plek is voor de potentiële leden. In bijlage 19 staan alle activiteiten verwerkt in een tijdsschema.

10.4 EVALUATIE

In het tijdschema in bijlage 21 is er aangegeven dat er tijdens de campagne evaluatiemomenten zullen plaatsvinden zodat er tijdig kan worden bijgestuurd. Hieronder wordt er per evaluatie aangegeven welk middel gebruikt zal worden.

-mei 2013 een tussenevaluatie van de campagne, Dit zal gedaan worden door bij de stuurgroepen na te gaan hoe hun achterban de nieuwe functies van 'Mijn CNVO' en de informatievoorziening beoordeeld. Ook zal de samenwerking met de schoolleiders worden geëvalueerd door gesprekken te voeren.

-april 2013 evaluatie Facebook pagina. Dan zal de Facebook pagina van CNV Onderwijs worden geëvalueerd. Er wordt geadviseerd om dit op twee manieren te doen. Een manier is het bekijken van de content die in de voorgaande maanden is geplaatst en naar de reacties die hierop zijn geweest door de bezoekers. Daarnaast kan er gekeken worden naar de statistieken die Facebook automatisch gegenereerd.

- november 2013 eind evaluatie, Hierbij zullen alle doelstellingen worden geëvalueerd waarbij er wordt nagegaan of deze zijn bereikt. Er zal dan een enquête worden gehouden onder leden maar ook onder niet leden via de gegevens die zij hebben achter gelaten op 'mijn CNVO'. Daarnaast wordt er gekeken of er een ledengroei heeft plaats gevonden van jonge leden, via het ledenbestand.

10.5 KOSTENBEGROTING

Omdat er gekozen is voor een campagne die erop gericht is om persoonlijk contact te zoeken zijn er weinig hoge kostenposten waardoor het bedrag voor de campagne binnen de perken blijft. Een grote kostenpost zal de personeelskosten zijn, omdat er consultants vanuit CNV Onderwijs zullen worden ingezet om scholen te bezoeken. Daarnaast kunnen er leden worden ingezet om te helpen. In bijlage 20 is een kostenoverzicht te vinden waarin per kostenpost een schatting wordt gemaakt van de kosten op basis van verschillende offertes.

Toelichting kosten

De posters zullen ontworpen moeten worden door een designer daarna zullen de posters ook gedrukt moeten worden waardoor er drukkosten ontstaan. Voor de campagne wordt geschat dat er ongeveer 10.000 posters nodig zullen zijn om op te hangen in de scholen. De folders die zullen worden opgestuurd naar startende leraren zullen intern geschreven worden. Daarna zullen deze vormgegeven moeten worden door een designer. Ook zullen deze moeten worden gedrukt. Er wordt uitgegaan van een oplage van 20.000 gebaseerd op het aantal studenten dat per jaar van school gaat en het aantal zij-instromers (volgens de nota 'Werken in het onderwijs 2012') Voor de nieuwe cursus zal een externe trainer worden ingezet. Deze cursus zal ongeveer 20 keer per jaar plaatsvinden. De USB sticks moeten aangeschaft worden en worden bedrukt. Er wordt geschat dat er 25.000 USB sticks zullen worden uitgedeeld. Als laatste zullen er extra consultants moeten worden ingezet om voorlichtingen te geven op scholen en lerarenopleidingen. Het totale bedrag van deze campagne komt uit op €87675

10.6 ANDERE AANBEVELINGEN

In deze paragraaf worden er korte aanbevelingen gedaan die betrekking hebben op de bedrijfsvoering en de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten die aansluiten bij de nieuwe positionering. Daarmee wordt de laatste deelvraag beantwoord, namelijk: 'Welke overige aanbevelingen kunnen worden gedaan om de nieuwe positionering aan te laten sluiten bij de identiteit en producten en diensten van CNV Onderwijs?'

*** Ontwikkel een eenduidige missie en visie:** Het bestuur wordt geadviseerd om een eenduidige visie en missie te ontwikkelen die in overeenstemming is met het positioningstatement. Er moet door hen een strategie worden uitgezet voor de werkorganisatie zodat zij meer duidelijkheid hebben en er eenzelfde boodschap naar buiten wordt gecommuniceerd.

- * **Start interne cursus voor medewerkers:** Om de persoonlijke benadering door te voeren, zoals beschreven in dit rapport, is het aan te bevelen dat alle medewerkers hun handels- en denkwijze op deze positionering aanpassen. Er kan een speciale interne cursus worden geboden om alle medewerkers te inspireren en motiveren om deze nieuwe campagne en positionering tot een succes te maken.

- * **Versterk de samenwerking tussen CNV Onderwijs en CNV Schoolleiders:** Voordat de schoolleiders van scholen benaderd kunnen worden wordt een intensieve samenwerking tussen de afdeling marketing/communicatie en de organisatie CNV Schoolleiders aanbevolen. Dit kan bijvoorbeeld gedaan worden door een keer in de week met elkaar een overleg te plannen. Deze twee afdelingen moeten samen het project oppakken om schoolleiders in te kunnen zetten als tussenpersoon.

- * **Zet stuurgroepen in als vraagbaak:** De stuurgroepen bestaan uit leden die veel kennis hebben van zaken die gerelateerd zijn aan een specifieke doelgroep. Om deze reden is het slim om de stuurgroepen actief te promoten en hen de vakinhoudelijke of beroeps gerelateerde vragen van leden te laten beantwoorden. Door hen een aparte plek op de website en 'mijn CNVO' te geven waar zij actief leden kunnen helpen zorgt dit voor persoonlijk advies, minder werkdruk voor de werkorganisatie en de stuurgroepen krijgen op die manier de aandacht die ze verdienen.

- * **Ontwikkel een CNV Onderwijs Loopbaancoach:** Omdat veel startende leraren last hebben van de hoge werkdruk en het moeilijk vinden om dingen te plannen kan CNV Onderwijs een loopbaancoach aanbieden. Dit is een persoonlijke coach die ingeschakeld kan worden door het lid voor verschillende vragen rondom het starten voor de klas.

- * **Zoek vaker de Media op:** Uit het onderzoek blijkt dat de naamsbekendheid van CNV Onderwijs niet erg groot is. Daarnaast vinden leden dat CNV Onderwijs duidelijker haar standpunten in mag nemen. Om deze twee redenen wordt geadviseerd om vaker de media actief op te zoeken om de standpunten van CNV Onderwijs kenbaar te maken waardoor er een grotere naamsbekendheid op zal treden. Het opzoeken van de media kan gedaan worden door een onderzoek te houden onder leden en de uitkomsten te delen met de media of leden meenemen naar een tv optreden. Zo worden de leden meer betrokken en vertegenwoordigt CNV Onderwijs haar leden.

- * **Wees duidelijkheid over het pakket van CNV Onderwijs:** Uit het onderzoek bleek dat veel leden niet precies weten wat het pakket, dat CNV Onderwijs aanbiedt, allemaal inhoudt. De diensten en producten kunnen meer worden gepromoot op de website en op 'mijn CNVO' door elke dienst op product een symbool te geven waarop men kan klikken en er meer uitleg ontstaat over de betreffende dienst of het product. Als voorbeeld kan de corporate website van Philips worden gebruikt die al haar producten overzichtelijk met plaatjes afbeeldt. Een print screen van deze website is te vinden in de bijlage 22 als voorbeeld.

- * **Laat waardering zien naar leden toe:** Er wordt alles gedaan om de leden binnen te halen. Maar er wordt ook aanbevolen om te zorgen dat de leden daarna af en toe een presentje krijgen. Het hoeft niet van grote waarden te zijn maar het versterkt een persoonlijke band met het lid. Bijvoorbeeld op hun verjaardag, als actie en bij elke vijf jaar dat zij lid zijn. Op deze manier voelen zij zich gewaardeerd en zullen zij zelf het lidmaatschap meer waarderen.

Literatuurlijst

Boeken

Bak, P. e.a. (1999). Op weg naar één onderwijsbond CNV, de geschiedenis van KOV en PCO. Zoetermeer: onderwijsbonden CNV

Floor, J.M.G. e.a. (2006). Marketingcommunicatiestrategie. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv

Mosmans A. (2008). Branding. State of the art-visies van Nederlandse professionals, 1^e druk. Amsterdam: Kluwer

Riezebos, R. & van der Grinten, J. (2011). Positioneren. Stappenplan voor een scherpe positionering, 2^e druk. Den Haag: Lemma uitgevers.

Verhoeven, N. (2007). Wat is onderzoek? Praktijkboek methode en technieken voor het hoger onderwijs, 2^e druk. Boomonderwijs: Purmerend

Rapporten

Brummelen, van, Y. (2010, januari). Rapportage: Wat wilt u? Meten van verwachtingen en percepties van leden CNV Onderwijs 2010. Utrecht: CNV Vakcentrale. Geraadpleegd op 18 december 2012.

Brummelen, van, Y. (2011). Rapportage: Wat wilt u? Een kwantitatief onderzoek naar de verwachtingen en percepties van niet-leden werkzaam in het onderwijs. Utrecht: CNV Vakcentrale. Utrecht Geraadpleegd op 18 december 2012.

CNV Onderwijs (januari 2010). Rapportage: Duidelijk een eigen koers, Visienota 2010-2014. Utrecht

Hamers, J.M. (8 december 2011). CNV Onderwijs, van belangenbehartiger naar partner in de school. In: Positionpaper Master in Public and Non-Profit Management. Utrecht: CNV Onderwijs. Geraadpleegd op 20 januari 2012.

Schoemaker, A. en Lieskamp, M. (2011). Rapportage: Onderzoeksrapport beroepstrots bij leraren in het primair onderwijs door CNV Onderwijs. Utrecht: CNV Onderwijs. Geraadpleegd op 10 april

Websites

Algemene Onderwijsbond (n.d.). About us. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.aob.nl/default.aspx?id=267>

Algemene Onderwijsbond (n.d.). De AOOb zorgt dat u gewoon uw werk kunt doen. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.aob.nl/default.aspx?id=16>

Algemene Onderwijsbond (2011, mei). Jaarverslag 2010. Bezocht op 4 april 2012, op de website van de Algemene Onderwijsbond: http://www.aob.nl/doc/AOOb_jaarverslag2011.pdf

Algemene Onderwijsbond (n.d.). Meer voordeel met de onderwijspas. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.onderwijspas.nl>

Algemene Onderwijsbond (n.d.). Openbaar en bijzonder onderwijs CVHO. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.aob.nl/default.aspx?id=94>

Algemene Onderwijsbond (n.d.). Speciale doelgroepen. Bekeken op 30 maart 2012, op <http://www.aob.nl/default.aspx?id=142>

Algemene Onderwijsbond (n.d.). Word nu lid en krijg het vakblad en een rechtsbijstandverzekering. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.aob.nl/default.aspx?id=96&article=47141>

Algemene Vereniging Schoolleiders (AVS) (n.d.). Over de AVS. Bekeken op 20 maart 2012, op <http://www.avs.nl/vereniging/overdeavs>

Art of Management, the (2010). Cultuur. Bekeken op 9 maart 2012, op http://123management.nl/0/030_cultuur/a300_cultuur_02_typering.html

Belastingsadviseurs vergelijken (n.d.). Op zoek naar een belastingadviseur? Bekeken op 29 maart 2012, op <http://belastingadviseurs-vergelijken.nl/?qclid=CInI6K3ji68CFYGDDgodiy89pw>
http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/standaard_functies/prive/contact/hulp_andere_organisaties/

Beter onderwijs Nederland (n.d.). Welkom bij de vereniging beter onderwijs Nederland. Bekeken op 21 maart 2012, op <http://www.beteronderwijsnederland.nl/welkom-bij-de-vereniging-beter-onderwijs-nederland-1>

Centraal Bureau voor de Statistiek (1 november 2010). Aantal vakbondsleden in 2010 licht gedaald. Bekeken op 20 december 2010, op <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/arbeid-socialezekerheid/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-3233-wm.htm>

Centraal Bureau voor de Statistiek (10 oktober 2011). Vakbeweging telt steeds meer 65-plussers. Bekeken op 8 maart 2012, op <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3490-wm.htm>

Centrale van Middelbare en Hogere Functionarissen (CMHF) (n.d.). Over de CMHF. Bekeken op 20 maart 2012, op <http://www.cmhf.nl/>

CNV Onderwijs (n.d.). Arbeidsvoorwaardennota 2011. Bezocht op 4 december 2012, op de website van CNV Onderwijs: http://www.cnvo.nl/fileadmin/user_upload/PDF/CNVO_Arbeidsvoorwaardennota_2011_0311_1_1.pdf

Communicatiepositionering (n.d.). Over communicatiepositionering. Bekeken op 10 mei 2012, op <http://www.communicatiepositionering.nl/over-communicatiepositionering>

Cultuurplein (n.d.). Vakverenigingen. Bekeken op 3 april 2012, op <http://www.cultuurplein.nl/vakverenigingen>

DAS (n.d.). Particulier. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.das.nl/>

Elsevier (24 maart 2012). Hervorming FNV loopt vast door interne machtsstrijd. Bekeken op 2 april, op <http://www.elsevier.nl/web/Nieuws/Economie/334216/Hervorming-FNV-loopt-vast-door-interne-machtsstrijd.htm>

Encyclo, online encyclopedie (n.d.). Bekeken op 10 december 2012, op <http://www.encyclo.nl>

Federatie van Onderwijsvakorganisaties (FvOv) (2008). De FvOv behartigt uw belangen. Bekeken op 20 maart 2012, op http://www.fvov.nl/?page_id=7

FNV (n.d.). Geschiedenis van de FNV. Bekeken op 30 maart 2012, op http://www.fnv.nl/publiek/over_de_fnv/wat_is_de_fnv/historie

Goor, van, S. (6 juni 2005). Rapport 1: Marktonderzoek en interne communicatie. Bezocht op 7 mei 2012, op de website van Com2Know: <http://www.com2know.nl/opencms/opencms/com2know/zoek.jsp?q=positionering>

Geen bonus maar banen, actiewebsite van de Algemene Onderwijsbond (n.d.). Hoe dom kan een kabinet zijn? Bekeken op 4 april 2012, op <http://www.geenbonusmaarbanen.nl/>

Infonu (5 mei 2009). De toegevoegde waarde van emotie in merkpositionering. Bekeken op 7 mei, op <http://zakelijk.infonu.nl/marketing/35765-de-toegevoegde-waarde-van-emotie-in-merkpositionering.html>

Jungle Minds (22 oktober 2007). Succesvolle jongerenmarketing. Bekeken op 9 mei 2012, op <http://www.jungleminds.nl/blog-en-boeken/blog/artikel/succesvolle-jongerenmarketing/>

Juridisch Loket, het (n.d.). Over ons. Bekeken op 2 april 2012, op <http://www.juridischloket.nl/overhetjuridischloket/Pages/default.aspx>

KRO's Goedemorgen Nederland (27 januari 2012). Bestuurder beledigt Minister van Bijsterveld. Zet de AOB zich buitenspel? Beluisterd op 4 april 2012, op http://goedemorgennederland.kro.nl/seizoenen/2012-01/afleveringen/27-01-2012/fragmenten/bestuurder_beledigt_minister_van_bijsterveldzet_de_aob_zich_buitenspel

Leraren in actie (n.d.). Wie zijn wij. Bekeken op 2 april 2012, op http://www.lerareninactie.nl/wie_zijn_wij

NOS (6 maart 2012). Bezuiniging onderwijs gaat door. Bekeken op 4 april 2012, op <http://nos.nl/artikel/348651-bezuiniging-onderwijs-gaat-door.html>

NRC Nieuws (24 maart 2012). Hervorming FNV loopt vast. Bekeken op 4 april 2012, op <http://www.nrc.nl/nieuws/2012/03/24/hervorming-fnv-loopt-vast/>

NRC Nieuws (16 januari 2012). Klijsma bouwt vervanger FNV op, vóór zomer Nieuwe Vakbeweging. Bekeken op 4 april 2012, op http://www.nrc.nl/nieuws/2012/01/16/klijnsma-bouwt-vervanger-fnv-op-voor-zomer-nieuwe-vakbeweging/?utm_campaign=rss&utm_source=syndication

Onderwijs maak je samen (2002-2012). Over ons. Bekeken op 29 maart 2012, op <http://www.onderwijsmaakjesamen.nl/over-ons/>

Peene, B. (11 november 2011). Succesvol laveren tussen de klippen van tegengestelde belangen. Bekeken op 4 mei 2012, op http://www.managementboek.nl/magazine_artikel/2725/succesvol-laveren-tussen-de-klippen-van-tegengestelde-belangen

Positioneren.com (n.d.). Bekeken op 8 mei 2012, op <http://www.positioneren.com/>

Reformatorisch Dagblad (7 maart 2012). Bezuiniging op passend onderwijs getuigt van gaatje in je hoofd. Bekeken op 5 april 2012, op http://www.refdag.nl/achtergrond/onderwijs-samenleving/bezuiniging_op_passend_onderwijs_getuigt_van_gaatje_in_je_hoofd_1_627598

Rijksoverheid (n.d.). Arbeidsmarktperspectieven in het onderwijs. Bekeken op 15 maart 2012, op <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/onderwijspersoneel/personeelsbeleid-scholen/arbeidsmarktperspectieven-in-het-onderwijs>

Rijksoverheid (2011, september). Nota Werken in het onderwijs. Bezocht op 2 april 2012, op de website van de Rijksoverheid: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/brochures/2011/09/23/nota-werken-in-het-onderwijs.html>

Slideshare (28 september 2010). Positionering in een concurrerende omgeving door T-Mobile. Bekeken op 12 mei 2012, op <http://www.slideshare.net/AnoukvdV/28-september-2010-positionering-in-een-concurrerende-omgeving-door-tmobile>

Stamos (2011, september) leraren naar leeftijd, in alle onderwijssectoren. Bekeken op 6 februari 2012, op <http://www.stamos.nl/index.bms?verb=showitem&item=1.63.1>

Vakinhoudelijke Vereniging Voortgezet Onderwijs (VVVO) (n.d.). Over VVVO. Bekeken op 21 maart 2012, op <http://www.platformvvvo.nl/over-vvvo.html>

Vrienden van de Historie van de vakbeweging (n.d.). 100 jaar CNV. Bekeken op 15 maart 2012, op <http://www.vakbondshistorie.nl/cnv100jaar.html>

Bijlage

Een nieuwe positionering voor:



Scriptie
Bachelor Communicatiemanagement

Auteursnaam: W. Termeulen
Plaats en datum: Utrecht, 04 juni 2012
Onderwijsinstelling: Hogeschool Utrecht
Opleiding: Communicatie Management
Opdracht: positionering CNV Onderwijs
Opdrachtgevende organisatie: CNV Onderwijs
Contactpersoon CNV Onderwijs: A. Oerlemans
Begeleider Hogeschool Utrecht: A. Okkerman

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Bijlage 1 Schema structuur van CNV Onderwijs.....	1
Bijlage 2 Organogram CNV Onderwijs	2
Bijlage 3 Lege vragenlijst interview medewerkers.....	3
Bijlage 4 Samenvatting interviews medewerkers CNV Onderwijs.....	4
Bijlage 5 Uitwerking Interviews vijf medewerkers.....	7
Bijlage 6 Uitwerking 'Visiedag'.....	23
Bijlage 7 Verschillende missies CNV Onderwijs	24
Bijlage 8 Gesprek David Bruining regiobestuurder	25
Bijlage 9 Lege enquête	26
Bijlage 10 Uitwerkingen resultaten enquêtes.....	28
Bijlage 11 Lege topiclist interviews potentiële leden	31
bijlage 12 Uitwerking interviews potentiële leden	32
Bijlage 13 Uitwerking interview stuurgroep jong.....	50
Bijlage 14 Ontwikkelingen.....	52
Bijlage 15 Hervorming FNV	54
Bijlage 16 Organogram AOb.....	55
Bijlage 17 Producten en diensten overzicht AOb	56
Bijlage 18 Contributietabel AOb.....	58
Bijlage 19 Onderzoekresultaten weergegeven in een model	59
Bijlage 20 Planning	60
Bijlage 21 Kostenbegroting campagne.....	61
Bijlage 22 Voorbeeld website Philips	62

Inleiding

In deze bijlage zijn alle uitgebreide resultaten te vinden van onderzoeken die zijn gedaan ten behoeven van het rapport dat is geschreven voor CNV Onderwijs waarin advies wordt gegeven voor een nieuwe positionering. Ook zijn er verschillende tabellen, grafieken en figuren opgenomen waarnaar verwezen wordt uit het rapport. Elke bijlage heeft een nummer waaraan wordt gerefereerd in het rapport. De opbouw van de bijlage is in de volgorde waarin er in het rapport verwezen wordt naar de betreffende bijlage. Soms wordt er een korte uitleg gegeven bij een bijlage.

Bijlage 1 Schema structuur van CNV Onderwijs

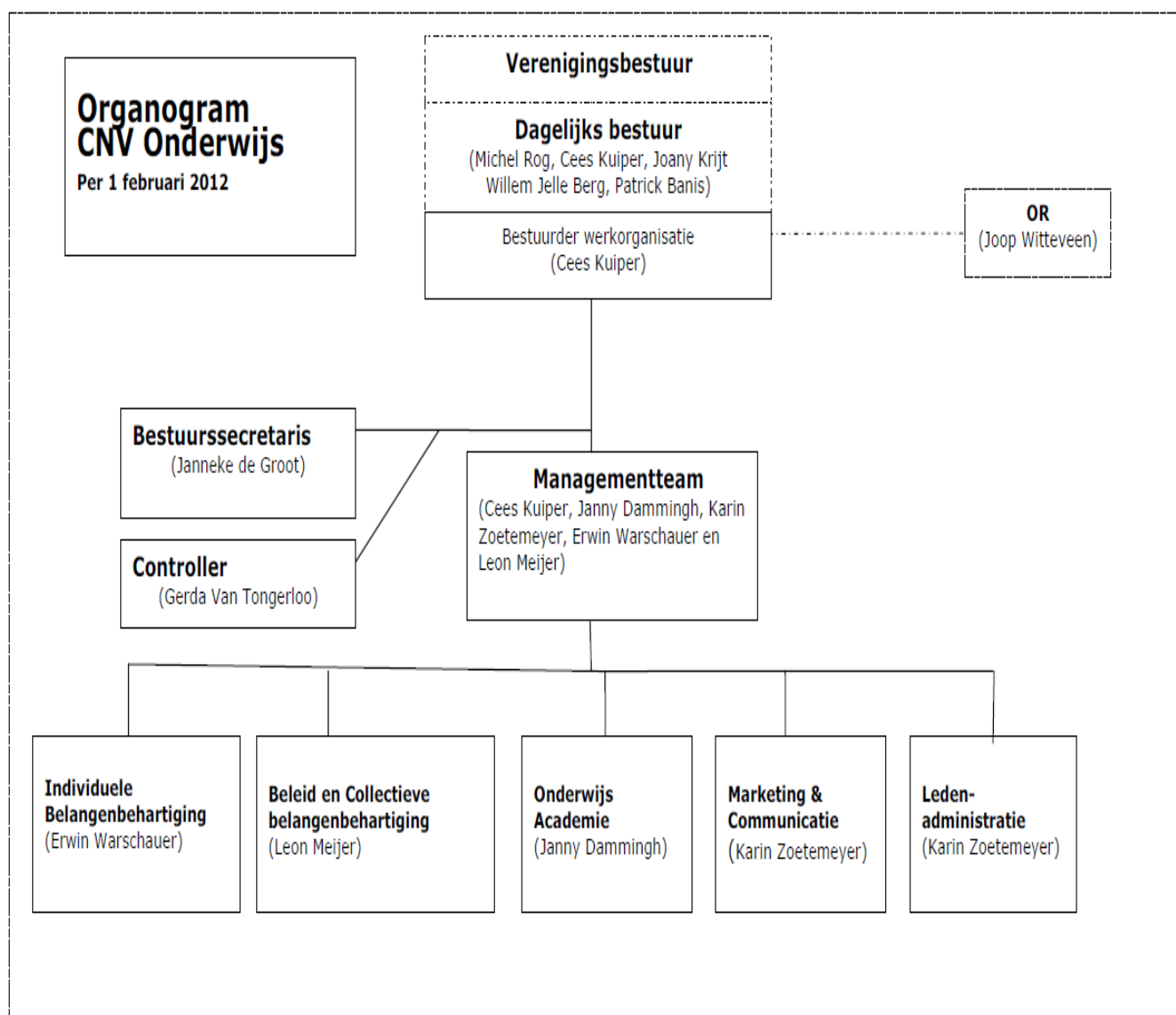
In het onderstaande schema zijn de verhoudingen binnen de vereniging van CNV Onderwijs schematisch weergegeven.



(Marieke Dufour, CNV Onderwijs. 2011)

Bijlage 2 Organogram CNV Onderwijs

Hieronder wordt het organogram van CNV Onderwijs afgebeeld. Hieruit is de hiërarchie van de werkorganisatie af te lezen.



(CNV Onderwijs. 3 november 2011)

Bijlage 3 Lege vragenlijst interview medewerkers

Deze vragenlijst is gebruikt bij de interviews die zijn afgenomen bij vijf medewerkers van CNV Onderwijs.

Waarom heb jij gekozen om bij CNVO te gaan werken?

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Hoe is de sfeer bij CNVO?

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNVO?

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Wat vind jij van de huidige waarden van kernwaarden CNVO? Worden deze nageleefd volgens jou?

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNVO?

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie naar buiten toe?

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

Wat zou jij als de kerncompetenties van CNVO omschrijven?

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNVO? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Welke producten en diensten biedt CNVO nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden?

Hoe zie jij de rol van het merk CNV Onderwijs in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Hoe zou volgens jou CNV beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Bijlage 4 Samenvatting interviews medewerkers CNV Onderwijs

Per onderwerp zijn hieronder de woorden van de geïnterviewde medewerkers samengevat. Deze samenvatting is gebruikt om de identiteit van CNV Onderwijs te beschrijven.

Motivatatie

De respondenten gaven alle aan dat uitdaging in het werk erg belangrijk is. Het werk is ook erg afwisselend wat zorgt voor motivatie bij de medewerkers, zo gaven zij aan. Daarnaast is iedereen erg tevreden over de sfeer die heerst op de werkvloer. De waardering van de collega's en de indirecte waardering van de leden werden ook genoemd als motiverend.

Sfeer

De sfeer wordt algemeen beoordeelt als goed en informeel, zo blijkt uit de interviews. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat medewerkers regelmatig bij elkaar de kamer binnen lopen om even een praatje te maken. Wel wordt er aangegeven dat de er soms minder structuur is door de rolatie van medewerkers. Er werd tijdens de interviews aangegeven dat de sfeer met name afhankelijk is van leuke collega's en dat dit ook zorgde voor meer plezier in het werk.

Samenwerking

Over het algemeen wordt er veel samen gewerkt op de verschillende afdelingen. Maar tussen de afdelingen is deze samenwerking veel minder. Sommige respondenten geven zelfs aan dat er een eilandjes cultuur heerst en zij het idee hebben dat het wel vaker opnieuw uitgevonden moet worden. De interne communicatie is nog niet optimaal werd gezegd maar veel zijn het erover eens dat de samenwerking en interne communicatie de afgelopen tijd wel is verbeterd.

Vrijheid

De respondenten gaven allen aan dat zij vinden dat medewerkers binnen de organisatie veel vrijheid en zelfstandigheid hebben bij het uitvoeren van hun taken en de indeling van hun dag. Zij zijn blij dat er niet met een kloksysteem wordt gewerkt en de vrijheid zorgt voor extra toewijding en motivatie.

Waarden

Bij het beantwoorden van deze vraag over de waarden van CNV Onderwijs was er één respondent die de huidige nieuwe kernwaarden noemt die zijn gecommuniceerd tijdens de visiedag. De andere respondenten gaven aan dat zij solidariteit als de grootste kernwaarden zien van CNV Onderwijs. Ook noemde zij de christelijke identiteit en vonden zij de christelijke normen en waarden wel passen bij de organisatie.

De kernwaarden verantwoordelijkheid moet nog meer bewezen worden vinden veel respondenten. Zij gaven aan dat CNV Onderwijs die verantwoordelijkheid vaker mag nemen en dat zij haar standpunten duidelijker kan communiceren. Ook de kernwaarden rechtvaardigheid mag meer uitgedragen worden en één van de respondenten gaf aan dat binnen de organisatie deze kernwaarden ook meer nastreeft mag worden. Op de afdeling beleid wordt er wel meer in grote lijnen vanuit deze kernwaarden gehandeld zo geeft een beleidsmedewerker aan. De geïnterviewde medewerkers noemde dezelfde klantwaarden als de organisatiewaarden. Naar leden toe vonden zij solidariteit erg belangrijk en het hebben van respect voor de leden. Ook hielden zij rekening met de christelijke identiteit tijdens contact met de leden.

Christelijke identiteit

De christelijke identiteit wordt niet breed uitgedragen binnen de organisatie en er is van deze identiteit weinig merkbaar op de werkvloer. Wel geven zij aan dat iedereen elkaar met respect behandelt en dat iedereen wel volgens de christelijke normen en waarden handelt binnen de organisatie. De christelijke identiteit zorgt wel voor een onderscheid tussen CNV Onderwijs en de FNV/Aob geven sommige aan, het harmoniemodel tegenover het conflictmodel. Daarnaast gaven alle respondenten aan dat de maatschappij veranderd en dat er geen sprake meer is van een verzuilde maatschappij waarin het geloof voor veel mensen van meer belang was. De respondenten denken dat de christelijke waarden niet afstotend zijn voor potentiële leden en vinden dat de christelijke identiteit uitgedragen moet worden via de achterliggende waarden. Wel kan de stempel christelijke organisatie misschien remmend werken volgens sommige respondenten. Daarbij is de uitstraling van de organisatie belangrijk.

Open of gesloten organisatie

Sommige gaven aan dat intern de organisatie open was andere gaven aan dat niet iedereen durft te praten over gevoelige onderwerpen. Naar buiten toe beschouwen alle respondenten CNV Onderwijs als een open organisatie. Veel gaven ook aan dat dit is verbeterd in de afgelopen tijd. Wel werd genoemd dat de zichtbaarheid in de media nog beter kan.

Inside-out of outside-in organisatie

Alle ondervraagden vinden dat CNV Onderwijs een inside-out organisatie is. Er wordt niet altijd goed gekeken naar de relevantie van een project. Soms heeft dit volgens de ondervraagde medewerkers te maken met besluiten van het bestuur. De afweging die wordt gemaakt om een project door te laten gaan wordt niet altijd zorgvuldig gemaakt. Er wordt teveel intern bedacht en daarna naar buiten gebracht. De activiteiten zijn vaak niet vraag gestuurd vanuit de leden. Wel wordt er ingespeeld op de actualiteiten en politieke besluiten.

Luisteren naar leden

Over het algemeen vinden de medewerkers dat er goed wordt geluisterd naar de leden. Er wordt tegelijkertijd ook aangegeven dat het vaak lastig is omdat er leden zijn met verschillende belangen. Een voorbeeld van de invloed van de leden dat in veel interviews werd genoemd was de staking in het voortgezet onderwijs. Waarbij het bestuur niet mee wilde doen maar door de leden werd overtuigd van het belang en uiteindelijk heeft besloten toch mee te doen. Bij het luisteren naar de leden wordt de ledenadministratie genoemd als belangrijke afdeling die meer betrokken mag worden.

Beslissingen

Officieel is de algemene vergadering het hoogste adviesorgaan en volgens sommige respondenten hebben leden dan ook echt wel veel invloed op beslissingen als zij ook daadwerkelijk van alles, wat hen wordt aangereikt, gebruik maken. Andere gaven aan dat zij denken dat de leden helemaal niet zo veel invloed hebben en dat veel dingen worden gemasseerd tijdens de algemene vergadering. Alle respondenten gaven aan dat toch uiteindelijk het bestuur wel de beslissingen maakt met de input vanuit verschillende kanten. De één vindt dat er wel wordt geluisterd naar de medewerkers en de ander vindt dat dit niet gebeurt. Ook heeft de politiek een belangrijke rol zo benoemd een beleidsmedewerker.

Kerncompetenties

Alle respondenten benoemde belangenbehartiging als belangrijkste kerncompetentie. Verder werd 'de dialoog aan gaan' als kerncompetentie van CNV Onderwijs genoemd. Dat is terug te zien in het lobbyen van het bestuur, communicatie en meedenken met de leden en tijdens onderhandelingen aan tafel blijven zitten. De medewerkers benoemen tijdens het interview dat deze competentie het verschil laat zien tussen CNV Onderwijs en de Aob. Wel gaven sommige aan dat de Aob volgens hen eerder bij de media is dan de eigen organisatie.

Omschrijving (potentiele) Leden

De groep leden is erg breed en de medewerkers vonden het dan ook lastig om een beeld te creëren van de leden. Een gemiddeld lid was volgens hen een vrouw van rond de 38 jaar die les geeft op een basisschool een gezin heeft met twee kinderen en een zorgzaam karakter heeft. Ook voelt zij zich verantwoordelijk voor andere, is zij religieus opgevoed en heeft een druk leven. Er wordt door de respondenten een grote tweedeling gemaakt in het ledenbestand er werd aangegeven dat er aan de ene kant veel oudere leden zijn die vanuit een sociaal gevoel en vanuit de christelijke identiteit vroeger lid zijn geworden. Aan de andere kant zijn er de jongere leden die meer vanuit zich zelf denken en wellicht in een conflict terecht zijn gekomen en hierna lid zijn geworden en vanuit eigen belang.

Nieuwe producten/ diensten

- * Vakinhoudelijke trainingen
- * Vakvereniging
- * Meer adviesorgaan worden
- * Webcare team
- * Forum
- * Van drie bladen naar een blad
- * Leden zelf meer laten doen
- * Duidelijk onderscheid maken tussen leden en niet leden

Merk CNV Onderwijs

Bijna elke respondent noemt het merk CNV Onderwijs een cultuurdrager omdat zij vanuit de christelijke identiteit vinden dat CNV Onderwijs een cultuur uit draagt. Deze cultuur wordt uitgedragen via sociale normen en waarden. Daarnaast werd de lange geschiedenis van de organisatie ook als cultuur gezien. Niet alle activiteiten kunnen volgens hen getoetst worden aan deze identiteit maar er wordt wel rekening mee gehouden. CNV wordt als een sterk merk gezien wel werd opgemerkt dat leden vaak niet weten dat zij lid zijn van CNV Onderwijs en dat dit een onderdeel is van de vakcentrale.

Belangrijk voor leden

De medewerkers denken dat leden, het vangnet dat de organisatie voor hen vormt, het meest belangrijk vinden. Zij vinden het belangrijk als zij worden geholpen wanneer zij problemen hebben. Het gaat hier met name om de individuele belangen denken de medewerkers. Daarnaast denken zij dat de leden het ook belangrijk vinden dat de vakbond alles goed regelt in de Cao.

Kansen

- Jongeren tonen wat het voordeel en belang is van een vakbond
- Studentleden die lid zijn voor 1 euro proberen vast te houden
- Sterke advies rol innemen als organisatie.
- Certificaten ontwikkelen om scholen te kunnen certificeren.
- Naar een beroepsvereniging gaan.
- Mensen er zelf voor laten zorgen dat zij genoeg bagage hebben ook als het mis gaat.
- Meer cursussen en scholing bieden
- Kleine belangen organisaties zoals wiskundeleraren vereniging binnen halen.

Communiceren

Er wordt erg veel gecommuniceerd volgens de respondenten en zij vragen zich af of er niet te veel wordt gecommuniceerd. Er waren zelfs leden die opzeiden omdat zij vonden dat er te veel werd gecommuniceerd wat natuurlijk in het digitale tijdperk waarin wij nu leven erg makkelijk is. Wanneer een lid in meerdere stuurgroepen zit wordt hij of zij vanuit alle kanten benaderd. Daarnaast zijn er ook stuurgroepen die niet zo actief zijn en die heel weinig met hun achterban communiceren. Dit moet meer gestroomlijnd worden. Vanuit de organisatie is de communicatie veel zender zeggen sommige. Er mag meer interactie komen met de leden. Ook via de website daarbij wordt gezegd dat deze in sommige opzichten onduidelijk is. De afdeling schoolleiders vindt dat hun website ook wel eens een make-over mag krijgen. Er worden nog kansen gezien om op de NOT meer te communiceren met leraren en via social media.

Slogan

De meningen van de medewerkers zijn verdeelt over de slagzin die CNV Onderwijs heeft. Een aantal vinden hem goed omdat die de lading dekt voor wat de organisatie doet. De link met een partner die altijd voor je klaar staat vinden zij erg goed. Andere vinden de slagzin daarentegen niet erg aanspreken en ook niet geschikt voor jong publiek. Ook wordt gezegd dat het woordje school in de slagzin de nadruk legt op basis onderwijs. De slagzin mag wat moderner volgens hen en is nu te keurig geformuleerd.

Bijlage 5 Uitwerking Interviews vijf medewerkers

Hieronder zijn alle interviews die hebben plaats gevonden met vijf medewerkers volledig integraal uitgeschreven. De belangrijkste zinnen zijn geel gemarkeerd.

Interview 1

Naam: Peter Magnee

Leeftijd : 52

Woonplaats: Den Haag

Beroep (hoe lang): Redacteur van schooljournaal deze functie heb ik nu 10 jaar.

Hiervoor werkte ik bij de PCO.

Waarom heb jij gekozen om bij CNVO te gaan werken?

Eigenlijk ben ik **per toeval hier terecht gekomen**. Ik had gewoon een baan nodig en die lagen niet voor het oprapen. Deze baan kwam toevallig voorbij en die heb ik toen genomen. **Ik ben begonnen in 1980 bij de PCO** in Den Haag en in 1995 overgestapt naar de KOV die zijn eind jaren 96 gaan fuseren dus was ik daarna weer terug bij de organisatie. Vanaf 97 was het de federatie onderwijs bonden CNV geworden. Dat is in 2000 gewoon CNV geworden. En per 2007 CNVO geworden. Ik ben meeverhuist toen ze gingen fuseren naar Utrecht. Dit deden ze destijds uit kostenoverwegingen. Ik vond deze baan leuk dus ging ik wel mee. Veel mensen zijn ook niet meegegaan. Ik vind het leuk werk wat ik doe. **Ik vind bladen maken leuk en hier kan ik echt journalist zijn. Met dit blad betekenen je echt wat en je hebt een groot bereik.** We hebben een kleine eindredactie maar dat maakt het ook wel weer leuk.

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Mooie verhalen maken en **scoren bij je collega's vind ik ook wel belangrijk. Ja, journalistieke collega's dan. Mensen die ook in het vak zitten** en waardoor je dan wordt opgemerkt dat geeft een goed gevoel. Uiteindelijk gaat het om het schrijven van mooie verhalen. Soms heb je echt een moetje maar ik vind het leuker om over een onderwerp te schrijven die ik echt zelf kan uitkiezen.

Hoe is de sfeer bij CNVO?

Er zijn wel momenten geweest dat het minder was. Maar het ligt toch vaak aan je collega's die je om je heen hebt. Op dit moment is het een hele goede sfeer. Ik ga nu altijd met plezier naar mijn werk.

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNVO?

We krijgen nu tussenwandjes en dat vind ik eigenlijk helemaal niks. **Ik vind dat een open omgeving de samenwerking bevordert.** Ik kan me helemaal afsluiten maarja dat kan niet iedereen. Extern en intern schrijven veel mensen mee aan het blad maar dat is wel erg duur. Vaak zijn het mensen die ik ken.

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Karin onze manager houdt wel bij waar iedereen uithangt maar we hebben **wel veel vrijheid met de uitvoering van de taken**. Mensen hebben **tamelijk veel zelfstandigheid** en dat vind ik ook goed. Die vrijheid wordt ook geboden.

Welke waarden zou jij noemen als je denkt aan CNV Onderwijs?

Ik denk niet dat wij andere waarden hebben dan de AOB. Maar ik denk wel dat het de christelijke waarden zijn zoals samen en elkaar steunen en normen en waarden dat dat wel belangrijke waarden zijn.

Wat vind jij van de huidige waarden van kernwaarden CNVO?(solidariteit, rechtvaardigheid, duurzaamheid en verantwoordelijkheid) Worden deze nageleefd volgens jou?

Dat zijn ook wel waarden die de AOB ook biedt. Ik vind dat het steeds moeilijker wordt om ons te onderscheiden van de AOB. De AOB heeft ook een katholieke en protestantse tak. Dus in die zin is er niet echt een verschil. Eigenlijk zitten wij gewoon allebei in het midden.

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNVO?

AOB is van oudsher toch meer van het staken en wij zijn van naturen toch wat gezagsgetrouwer. Voor goede Christen is de regering wel van grote waarden daar ga je niet zo makkelijk tegenin en dat zit er bij CNV ook nog wel een beetje in. Ik vind de identiteit niet echt een meerwaarde ik ben er wel aangewend maar mij persoonlijk zegt het niet zoveel. Ik hou er wel rekening mee met het schrijven van het blad en denk ook wel dat het een meerwaarde is voor de leden. Ik denk dat mensen die niet religieus zijn meer kijken naar andere dingen. Identiteit kan soms tegen je werken maar het onderscheid je wel van de AOB. De polarisatie is nu wel een beetje weg. Het kan remmend werken maar het ligt er denk ik aan wat je uitstraalt. Als je vlot, fris en jong blijft dat het positief werkt.

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie richting de markt, politiek en leden waarom?

Ik heb wel het idee dat het de laatste paar jaar meer open is geworden. Een vorige voorzitter wist heel goed de boel te verkopen in de media. Marjoleen Barter heeft alles omgegooid en dat is wel gebeven. We hebben nu wel groot mediabereik. Richting de leden hebben we natuurlijk het blad en Bondsbits.

Zie jij CNV als een inside-out of outside-in organisatie en waarom?

Wij willen toch in eerste instantie wel weten wat leden willen. Maar niet alles wat wij doen is vraaggestuurd vaak worden er toch gewoon dingen bedacht en daarna naar de leden gecommuniceerd. Hoe noemde je dat nou, owja, ik denk dat het dan inderdaad een inside-out benadering is. Soms wordt er wel eens door leden wat opgestuurd bijvoorbeeld een idee voor een verhaal soms ook wel eens een boze brief maar er wordt niet altijd wat mee gedaan.

Op welke manier wordt er binnen CNVO geluisterd naar de leden en wat wordt hier mee gedaan?

We vinden het wel belangrijk ook om te weten wat leden vinden door bijvoorbeeld enquêtes uit te zetten. Ook wordt er in schooljournaal wel geluisterd naar leden. Soms wordt er een ingezonden brief gepubliceerd en er worden ook wel eens ideeën opgestuurd door leden voor een artikel. Die worden dan soms opgepakt.

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

Het beleid wordt natuurlijk uitgezet door het bestuur en die worden natuurlijk gevoed door de beleidsmedewerkers en door de afdeling marketing en communicatie. Ik denk dat individuele belangenbehartiging daar niet zo een grote rol in speelt en ook niet de academie. In de algemene vergadering worden dingen toch wel vaak gemasseerd en loopt het vaak weer met een sisser af. Ik denk dat leden niet heel veel invloed hebben op het beleid maar laatst met de staking hadden zij wel weer veel invloed. Dankzij hen zijn wij toen toch meegegaan met de staking. Op zo een moment moet je wel. De kaderleden en schoolleiders zijn een beetje de voelsprietten van wat er leeft. Dus we worden wel gevoed met wat er leeft in het land.

Wat zou jij als de kerncompetities van CNVO omschrijven?

Individuele en collectieve belangenbehartiging en we zijn denk ik ook goed in communicatie met onze leden. De AOB is vaak wel toch weer even eerder bij de media. Maar of zij net zo goed zijn in collectieve en individuele belangenbehartiging dat weet ik niet. En zij communiceren ook wel veel met hun leden. Maar zij hebben weer niet de academie dat is weer ons pluspuntje.

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNVO? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

We houden in de omgang met klanten wel rekening met hun achtergrond. Bijvoorbeeld als ik het blad schrijf hou ik wel elke keer rekening met de doelgroep. Ik let altijd wel op dat ik geen aanstootgevende beelden gebruik bijvoorbeeld. We houden wel beetje rekening met doelgroep ja in die zin.

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Licht behoudend en voor een deel nog religieus opgevoed maar weet niet hoe actief zij hier nog in zijn. Een groot deel is wel vrouw van middelbare leeftijd. Ik denk wel dat mensen nu lid worden voor de zekerheid en niet meer echt uit solidariteit zoals dat vroeger was. Voor schooljournaal hebben we een ijkpersoon en dat is een vrouw van 38 die werkt in het primaire onderwijs en heeft twee kinderen.

Welke producten en diensten biedt CNV Onderwijs nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden?

Bijvoorbeeld de rechtspositiegids gaat straks digitaal dat vind ik niet zo slim omdat ik denk dat veel mensen dat toch wel bij zich willen houden. En umh.. wat ik jammer vind is dat **we nu drie bladen hebben en niet gewoon één blad**. Bijvoorbeeld schoolleiders ontvangen alle drie de bladen. Ik vind dat eigenlijk een beetje zonde van het geld.

Hoe zie jij de rol van het merk CNV Onderwijs in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

Ik vind CNVO toch wel **echt een cultuurdrager** ook omdat wij een hoop verleden meeslepen. CNV sleept 150 jaar geschiedenis met zich mee. Hierdoor is het ook wel echt **een sterk merk**. CNV kan je meteen plaatsen.

Welke dingen zijn belangrijk voor leden van CNV Onderwijs volgens jou?

Dat voor **hun belangen** wordt opgekomen dat er wordt gezorgd voor een **goede cao en arbeidsomstandigheden**. Maar ook de **beroepsinhoud** die wij nu bieden de laatste tijd is ook goed denk ik. We gaan nu eigenlijk **weer terug naar de oorsprong**. Is denk ik wel een extra reden om lid te worden.

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Kleine belangenorganisaties zoals de wiskundeleraren of aardrijkskunde vereniging om die binnen te halen. Ook omdat wij nu natuurlijk meer beroepsinhoud bieden. Dat duurt soms alleen wel lang om die binnen te halen. Hoe we dat moeten doen laat ik over aan de marketing afdeling en ik probeer een zo toegankelijk mogelijk blad te bieden. Ik hoop dat het blad ook een reden is om lid te worden van CNV Onderwijs.

Hoe zou volgens jou CNV Onderwijs beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

De NOT bied wel een hele goede kans om te communiceren met leraren en om deze lid te maken. De communicatie die er nu is met leden is nu erg veel en de vraag is of dat allemaal wel werkt. Het zou wel eens kunnen dat er nu **te veel wordt gecommuniceerd**. Het blad is van eens per week naar eens per twee weken gegaan en daar kregen we wel positieve reacties op omdat leden anders vonden dat het blad te vaak verscheen. **De social media zou wat meer mee mogen worden gedaan** bijvoorbeeld Twitter wordt nog niet optimaal gebruikt vind ik. Ik vind de site niet heel flitsend eigenlijk. Zelf zou ik graag nog een extra pagina voor Schooljournaal willen.

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Ik vind het eigenlijk **niet super**. Hiervoor was het van u voor u dat was nog veel erger. De huidige leus kan maar ik vind het **niet echt heel flitsend** ofzo. **Niet heel wervend** het is zo **keurig** geformuleerd het **mag wel iets moderner**.

Interview 2

Naam: Astrid de Kock

Leeftijd : 58

Woonplaats: Gouda

Beroep (hoe lang): Ik werk hier al meer dan 26 jaar. Ik heb Rijswijk gezien en Zoetermeer gezien en daarna ben ik hierheen gegaan. Ik ben beleidsmedewerker en ik heb een aantal onderwerpen: de combinatie werk en privé en daarbij werkdruk en kinderopvang en andere schooltijden en pensioenen. Dit houdt onder anderen in dat ik contact houdt met leden en noties schrijf het is eigenlijk heel wisselend.

Waarom heb jij gekozen om bij CNVO te gaan werken?

Ik heb economie gestudeerd en ik wilde graag iets doen met **arbeid dat was het veld wat mij trok. Ik zag toen de advertentie staan van toen nog de KOV en dat trok mij. Een vakbond heeft iets met arbeid te maken.** Ik wil me graag inzetten voor het **maatschappelijk belang.** Dat vond ik ook al interessant in mijn studie tijd. Ik kwam toen eigenlijk **toevallig bij de onderwijs vakbond terecht. Ik vind het wel een interessant terrein opvoeding en jongeren dat trekt mij wel.** Ik denk ook dat het wel de vakbond is waar ik mij het meeste thuis voel. Ook het feit dat ik er zolang ben blijven hangen zegt eigenlijk al genoeg het terrein van onderwijs is interessant.

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Indirect de leden. Om zaken zo goed mogelijk te regelen voor de leden en me bezig te houden met dingen die zij belangrijk vinden. Het maatschappelijk belang ook eigenlijk wel.

Hoe is de sfeer bij CNVO?

Er is hier **een goede sfeer.** Aardige collega's en er heerst een redelijk zelfstandig werk..

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNVO?

Heel wisselend maar als er samengewerkt moet worden dan is **iedereen heel collegiaal. Door de afdelingen heen wordt ook veel samengewerkt. Wanneer ik bijvoorbeeld projecten doe komt dat veel voor en dat is ook heel leuk.** Als beleidsmedewerker zit je meer incidenteel met andere collega's. Wanneer je met een onderwerp bezig bent heb je soms dat je er iets meer van wilt weten en dan daarvoor naar een andere collega gaat. Dan moet je overleggen van hoe gaan we dat aanpakken. **Het samenwerken tussen de afdelingen gaat ook steeds beter. Vroeger ging dat minder goed** maar nu steeds beter dat komt ook denk ik door **intranet.** **Bij ons op de afdeling wisselen de mensen eigenlijk nooit.** Op onze afdeling zijn er denk ik twee mensen die hier minder dan 20 jaar werken. Wij zijn daar wel echt de **uitzondering** in. Het is een hele bijzondere afdeling. Wel veel ouderen daardoor ook.

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Ja ik vind wel dat iedereen een grote mate van vrijheid heeft en beleidsmedewerkers al helemaal. Als beleidsmedewerker hoort dat er gewoon bij dat je zelfstandig werkt.

Welke waarden zou jij noemen als je denkt aan CNV Onderwijs?

Je komt toch op de **eigen waarden solidariteit, rechtvaardigheid en duurzaamheid.**

Wat vind jij van de huidige waarden van kernwaarden CNVO? (rechtvaardigheid, solidariteit, duurzaamheid en verantwoordelijkheid) Worden deze nageleefd volgens jou?

In grote lijnen zijn dat de waarden waar je op koerst en wat je ook wel meeneemt in een visie of beleidsnotie en het is de opstelling in bepaalde vraagstukken maar het is niet zo dat je bij elk klein dingetje daar aan denkt. Hoe praktischer je bezig bent hoe minder je denk ik hebt met die waarden.

Maar **bij beleid wordt er wel aan gedacht** ik heb bijvoorbeeld pensioenen in mijn pakket en dan krijg je wel eens vragen van leden en dan gebruik ik ook wel echt die termen zoals solidariteit en verantwoordelijkheid. Je staat daar als CNV voor dus ook als CNV Onderwijs.

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNVO?

Via die waarden wordt dat eigenlijk uitgedragen. Die waarden zijn de christelijke identiteit. Meer het harmonie model tegenover het conflict model. Dat zie ik een beetje als de christelijke waarden. Proberen eruit te komen en niet direct er tegenin gaan en van de hoogste toren blazen. Ik denk dat het op de werkvloer een bepaald soort mensen trekt die hier werken. **Collega's van de AOB zijn denk ik toch net even anders. Dat geldt ook voor de leden** die zijn ook anders dan de leden van de AOB.

Via die waarden moeten we het denk ik uitdragen. Zo leeft dat ook bij onze achterban denk ik. Ook mensen die op een christelijke school werken hechten denk ik ook meer aan de achterliggende waarden dan dat zij ook echt elke week naar de kerk gaan. **Het is meer de achterliggende waarden.**

Bij de achterliggende waarden kan ik me moeilijk voorstellen dat die afstoten. De stempel christelijk kan misschien wel omdat mensen zich er iets bij voorstellen wat niet zo is. Mensen kunnen ook wel eens verbaast zijn over de stelling name die wij nemen. Bijvoorbeeld het standpunt wat wij innemen over homofilie natuurlijk worden die geaccepteerd maar veel mensen weten dat gewoon niet en hebben zich niet genoeg in ons verdiept.

Als je te liberale dingen doet gebeurt er wel dat er brieven komen van 'he we zijn een christelijke organisatie' die hebben wij ook nog wel in onze achterban. Dit wordt wel steeds minder. **Vroeger hadden we een verzuilde maatschappij** maar dat is nu veranderd. Die maatschappij is er niet meer en het geloof wordt minder belangrijk. Wel nog de achterliggende gedachte.

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie richting de markt, politiek en leden waarom?

Daar zit een ontwikkeling in we zijn steeds opener geworden de afgelopen tijd. Dat is denk ik ook een maatschappelijke ontwikkeling. Vroeger was het meer wij zitten bovenin daar tussen had je het kader en daarna komen de leden. **Die afstanden zijn veel kleiner geworden.** Het ligt nu allemaal veel dichter bij elkaar. Ook in de statuten staat nu ook dat het de bedoeling is dat je heel **dicht bij de leden staat.**

Zie jij CNV als een inside-out of outside-in organisatie en waarom?

Het zou eigenlijk allemaal vraaggestuurd moeten zijn wat wij doen. Wij zouden bezig moeten zijn met de dingen waar leden wakker van liggen en waarover in de lerarenkamer gepraat wordt. Dat zijn de onderwerpen waar je je als vakbond mee bezig moet houden. Dat bundel je dan op je eigen manier. Zo zou het moeten zijn. Aan de andere kant komen er vanuit **de politiek ook onderwerpen op je af** waar je iets mee moet. Bijvoorbeeld de bezuinigingen in het passend onderwijs komt vanuit de politiek op je af. **Vervolgens is het een onderwerp wat in het onderwijsveld gaat leven maar wij zijn er dan al mee bezig.** Je moet afwegen hoe de leden hierover zouden denken. **Wij zitten er eigenlijk tussenin vanuit de leden van onderop en vanuit bovenop door de politiek.** In grote lijnen waar wij mee bezig zijn zoals professionalisering in het onderwijs of passend onderwijs dat leeft. **Soms worden er echter dingen verkeerd uitgewerkt in de verkeerde vorm. Daarin wordt niet altijd naar de leden geluisterd en daar gaat het wel eens mis.** Dat heeft dan soms te maken met bestuurlijke beslissingen waarbij dan niet altijd volledig die afweging wordt gemaakt.

De doelstelling van alles wat je doet bij de uitwerking moet altijd in het achterhoofd worden gehouden. Een voorbeeld hiervan is dat ik ooit gevraagd ben om naar een congres te gaan over vrouwen in mannen beroepen. **Dat is een voorbeeld van iets wat op ons afkomt waar dan niet voldoende de filter opgelegd wordt van moeten wij hier überhaupt iets mee.** Wij hebben juist mannen in vrouwen beroepen. Eerst moeten we kijken bij wat we doen wat is het uiteindelijke doel van deze actie.

Dat wordt te weinig gedaan. **Er worden hier te weinig prioriteiten gesteld en keuze gemaakt.** Wel in grote lijnen maar niet echt in het dagelijkse werk.

Op welke manier wordt er binnen CNVO geluisterd naar de leden en wat wordt hier mee gedaan?

Ik denk wel dat er goed wordt geluisterd naar de leden. Want het zijn individuele leden en je **kan niet precies doen wat elk lid wilt.** Als je van verschillende leden iets hoort dan is dat een signaal waar je iets mee moet. Je blijft natuurlijk **wel altijd je eigen afwegingen maken** wat je er mee doet. Bijvoorbeeld de pensioenen is een technisch iets waar leden dan een idee over hebben terwijl het vaak lastig in elkaar zit. Maar dan is er wel een signaal dat er kennelijk te weinig informatie is. Maar de oplossingen waar zij mee komen zijn dan vaak te kort door de bocht zo makkelijk ligt dat niet.

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

Door het bestuur in grote lijnen gevoed door politiek dat heeft toch wel een grote rol. Ook wel in grote lijnen door leden. De input komt eigenlijk vanuit verschillende kanten de politiek, de medewerkers en de leden maar het bestuur beslist uiteindelijk. Ik denk daarbij dat ze weleens **iets te weinig luisteren naar de leden en de medewerkers** met als voorbeeld dat er een congres is geweest waar te weinig animo voor was. Vanaf het begin af aan hebben ik en andere medewerkers een vraagteken hierbij gezet. Maar het bestuur had de beslissing al genomen. Maar de doelgroep bleek veel te klein.

Dit is ontstaan in het enthousiasme van het idee en de angst om te veel op de rem te staan. Bij elk idee kan je heel behoudend reageren maar dan ben je als vakbond heel erg star en dat moet je niet willen maar je kan ook overslaan naar de andere kant. **Dat de haalbaarheid niet wordt getoetst**

van dingen. Wat hierbij zou helpen is keuzes maken en prioriteiten stellen dan kom je vanzelf bij de belangrijke dingen terecht.

Wat zou jij als de kerncompetities van CNVO omschrijven?

Kennis en het meedenken met leden en de politiek. Als er een voorstel ergens ligt kun je heel makkelijk nee roepen en vervolgens komt het voorstel over je heen en dan kun je zeggen ja schone handen ik was er altijd al tegen. Je kunt ook meedenken over het voorstel en nog wat proberen te veranderen zodat het in ieder geval beter wordt dan het was. Je maakt jezelf dan verantwoordelijk en je krijgt dan ook een beter resultaat. Dus de dialoog aan gaan.

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNVO? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

Dan kom ik toch op dezelfde waarden die we net noemden en respect voor wat de ander in te brengen heeft en je luistert. Je probeert mee te denken met een ander. Je voelt je ook verantwoordelijk voor de problemen van de leden. Ook solidariteit alle groeperingen mee nemen. De diversiteit van de leden, je leden zijn verschillend en hebben verschillende belangen en die neem je toch wel mee in je contact. De klantwaarden komen wel overeen met de organisatie waarden denk ik.

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Mensen in het onderwijs voelen zich vaak heel verantwoordelijk en zijn zorgzaam. Vaak zijn ze maatschappelijk georiënteerd en sterk gericht op kinderen. Als ik een ijkpersoon zou moeten zien is het een vrouw van een jaar of veertig gehuwd en met kinderen met een druk leven. Veel leraren hebben een persoonlijkheid die past bij het werk en maken het zichzelf ook vaak heel druk. Iemand die zich verantwoordelijk voelt voor een kind heeft ook dat verantwoordelijkheidsgevoel richting haar zieke buurvrouw. Het is een groep die zichzelf soms voorbijloopt waardoor zij veel stress ervaren. Natuurlijk ziet het leven van onze leden er niet allemaal hetzelfde uit. Wij hebben namelijk ook veel gepensioneerde in ons ledenbestand en zij hebben natuurlijk een heel ander leven.

Welke producten en diensten biedt CNVO nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden?

Het feit dat ik nu even niets weet is niet het feit dat er niets is. Wat ik belangrijk vind is de ondersteuning in de praktijk een voorbeeld hiervan is agressie in het onderwijs. Daar worden leden mee geconfronteerd en dan is het goed dat je leden op dat gebied wat te bieden hebt. Een voordeel wat niet leden niet hebben. Wel is het belangrijk dat je ook echt voordeel voor leden biedt die anderen niet leden niet hebben. Ook op de website moet daar goed onderscheid in worden gemaakt. Verder zouden we voor de gepensioneerde wat meer nog kunnen bieden. Als voorbeeld zouden we de vrouwengroep kunnen nemen. Zij hebben veel interessante bijeenkomsten die gepensioneerde ook interessant kunnen vinden.

Hoe zie jij de rol van het merk CNV Onderwijs in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

We staan echt ergens voor, dat zijn de waarden die net ook al genoemd zijn. Eigenlijk zouden die vierpunten een geheel moeten zijn. Het is natuurlijk wel heel moeilijk. Wij doen van alles en nog wat direct vanuit CNV Onderwijs en daarnaast dragen wij iets naar buiten en dat gebeurt voornamelijk door communicatie en marketing en als het goed is is dat hetzelfde. Iets wat je uitdraagt daar moet wat achter zitten. Aan de andere kant mag je dingen best wel opleuken. Het kan nooit helemaal op elkaar worden afgestemd denk ik. Niet alles wordt natuurlijk getoetst voordat het naar buiten komt. Dus ik denk dat ik trap drie kies cultuurdrager.

Welke dingen zijn belangrijk voor leden van CNV Onderwijs volgens jou?

Ik vind het heel moeilijk om daar een punt uit te halen. Ik denk dat het de belangenbehartiging is. Dingen doen die een leraar in z'n eentje niet voor elkaar krijgt. En dit is dan op verschillende niveaus, een vakbond onderhandelt met de overheid en sluit cao's af. Ook kunnen leraren individueel terecht. Alles bij elkaar is dat dus opkomen voor de belangen van de leraar.

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Ik denk dat het heel goed is dat we nu naar beroepsvereniging gaan. Wij krijgen steeds meer vrouwen in ons ledenbestand dat betekend ook iets voor je aanbod. Vrouwen leggen andere accenten dan mannen en zijn meer intrinsiek gemotiveerd. Arbeidsinhoud zijn punten waar vrouwen meer accenten leggen dus moet je je daarop ook aanpassen. Dat kom ik veel tegen uit mijn eigen ervaring en in onderzoeken.

Ook het wendbaar en weerbaar maken van mensen. Mensen er zelf voor laten zorgen dat zij genoeg bagage hebben dat als het mis gaat zij ergens anders terecht kunnen. Daarbij zijn de cursussen en scholing ontzettend belangrijk. Als je als leraar bezig bent geweest met een opleiding is er een grote kans dat je makkelijker ergens terecht kan. Op die lijn zitten we de laatste tijd. Ook werkdruk dat is iets negatiefs. We gebruiken die term omdat veel mensen daar op gaan zoeken maar eigenlijk willen wij dit gaan omdraaien. Het gaat uiteindelijk om persoonlijke ontwikkeling. Als je daar als leraar mee bezig blijft heb je plezier in je werk en je vergroot je kans als het mis gaat om weer ergens anders te beginnen. De vrouwengroep zit daar ook al een tijd op en dat trekt enorm. En dat kunnen we ook gebruiken in ons werk.

Hoe zou volgens jou CNV Onderwijs beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

Ik vind wel dat het goed gaat er komt steeds meer contacten met individuele leden. Vroeger werd er een bijeenkomst georganiseerd in een zaaltje en daar werden dingen in overlegt. Nu is het veel makkelijk om dit allemaal via het internet te doen en bijvoorbeeld door linked-in is het veel makkelijk om te communiceren. Die nieuwe ontwikkelingen maak zowel zenden als ontvangen makkelijker. Je kunt veel sneller communiceren en eigenlijk ook meer. Het maakt makkelijk om mensen op de hoogte te houden. Nu heeft het kader vaak zoiets van nu weten wij even veel als de rest.

Het is nu makkelijker om naar iedereen gelijk te communiceren. Vroeger ging dat niet zo makkelijk en had het kader toch een soort van bevoorrechte positie. Ook is het makkelijker om dingen aan leden te vragen zoals bijvoorbeeld enquêtes uit zetten. De laatste tijd wordt er wel erg veel gecommuniceerd en dat er zelfs leden waren die opzeiden omdat er teveel werd gecommuniceerd. Daar is dus ook een grens aan.

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Niet goed en niet slecht. Het appelleert aan het gevoel van een partner die staat heel dicht bij je. Iemand die je helpt bij een aantal zaken. Dus wat dat betreft vind ik hem eigenlijk wel goed nu ik erover nadenk. In de school legt echter wel een beetje de nadruk op basis onderwijs. Soms worden er te veel communicatie-uitingen gemaakt die zich focussen op het basis onderwijs waarvan ik denk dat leraren op middelbare scholen en hoger onderwijs zich niet aangesproken voelen.

Interview 3

Naam: Sonia Piccirillo

Leeftijd: 46

Woonplaats: Maarsen

Beroep (hoe lang): officieel management assistent maar ik doe ook eindredactie erbij. Beide zijn voor de afdeling Schoolleiders. Dit doe ik in deze functie nu 1 jaar hiervoor werkte ik op een andere afdeling. Totaal werk ik nu 5 jaar voor CNV Onderwijs.

Waarom heb jij gekozen om bij CNV Onderwijs te gaan werken?

Ik heb altijd hele leuke drukke banen gehad en ik dacht toen ik de vacature zag staan, een wat mindere zware functie zou even goed voor mij zijn. Ik heb gesolliciteerd op de functie als secretaresse van de redactie bij marketing/communicatie. Ik heb niet echt speciaal gekozen voor onderwijs. Ik associeerde CNV met rust en structuur.

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Ik vind veel uitdaging in mijn werk omdat ik veel dingen naar mij toe kan trekken en het gevoel heb dat ik goed bezig ben en een toegevoegde waarde kan zijn voor CNV Schoolleiders. Ik moet je wel zeggen dat sinds de voorzitter weg is gegaan en de vele onduidelijkheden/veranderingen dat dit wel minder is geworden.

Hoe is de sfeer bij CNV Onderwijs?

Ik ben wel altijd gewend om alleen op een kamer te zitten, maar vind het wel belangrijk dat je af en toe een praatje kan maken met collega's. Ik loop zelf ook regelmatig, als het werk het toelaat, even bij een collega binnen. Op dit moment is er wat minder structuur doordat er een aantal mensen weg zijn. Het is onduidelijk over hoe en wie er straks komen. Bij marketing/communicatie heb ik in een korte periode veel personele roulaties (leidinggevend) meegemaakt en dit ben ik nu wel een beetje zat.

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNV Onderwijs?

Die zijn nu erg veranderd omdat ik nu weer een nieuwe tijdelijke leidinggevende heb. Voor de rest hoe het gaat lopen zitten nog haken en ogen aan. Omdat straks weer dingen gaan veranderen. Maar verder heb ik een goede samenwerkingsverband met verschillende afdelingen binnen CNV Onderwijs.

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Ik ben zelf een type die alles naar mij toe trekt en wel eens extra taken op mij neem, dat maakt je werk leuk. Het is een beetje dubbelzinnig aan de ene kant kunnen dingen wel en aan de andere kant kunnen dingen niet.

Welke waarden zou jij noemen als je denkt aan CNV Onderwijs?

Er wordt hier wat meer in hokjes gedacht. Waarden zoals: ad hoc, log, inefficiënt, eilandjes, bijna een overheidsinstelling. In het begin dacht ik dat CNV één was. Ik vind het onduidelijk dat een bond verschillende besturen met eigen afdelingen heeft, die nog te weinig samenwerken. Wij weten bijvoorbeeld niet wat vakmensen aan het ontwikkelen zijn. Misschien hebben wij dat allang uitgevonden. Ik vind het wel verstandig dat we onder CNV vallen.

De AOb doet dat niet, maar ik vind wel dat zij echt een identiteit hebben.

Zij komen bijvoorbeeld meer op tv. Ze treden veel meer op in de media. Ze zijn zichtbaarder en dat mis ik bij CNV Onderwijs/Schoolleiders.

De waarden, ja ik denk de C van christelijk. Ik weet ook dat leden daar soms bewust voor kiezen. Aan de ene kant onderscheid je je daar mee omdat er echt mensen zijn die daar bewust voor kiezen en aan de andere kant tijden veranderen ook. Jonge mensen van deze tijd denken heel anders dan de ouderen van toen.

Wij focussen ons nog te veel op ons en op nu. Wij moeten ons focussen op de toekomst. We mogen meer naar de leden luisteren. Ik krijg wel eens mailtjes van leden met de vraag: welke toegevoegde waarde hebben jullie nu eigenlijk voor ons.

Toen ik hier kwam werken had ik het idee dat CNV Onderwijs goed voor hun medewerkers zorgen, een echt sociaal en betrouwbaar bedrijf. Nu werk ik er vijf jaar en zet ik toch bij sommige dingen mijn kanttekeningen.

Wat je naar binnen uitstraalt, straalt je ook naar buiten uit. Hier is het andersom, wat ze naar buiten stralen, stralen ze te weinig naar binnen. Hier worden bijeenkomsten verplicht gesteld en als dat nodig is om mensen samen te krijgen, zo vorm je geen betrokkenheid.

Wat vind jij van de huidige waarden van kernwaarden CNV Onderwijs? (verantwoordelijkheid, duurzaamheid, solidariteit en rechtvaardigheid) Worden deze nageleefd volgens jou?

Wat was het ook alweer noem ze eens op. Verantwoordelijkheid naar je leden toe maar dat zouden we dan ook naar de leden moeten laten zien. Rechtvaardigheid vind ik niet echt passen dan moet dat eerst zelf in orde zijn in de organisatie. Solidariteit vind ik wel passen wel naar de leden in ieder geval naar de medewerkers weet ik het niet echt. Die waarden vind ik dus niet echt bij onze organisatie passen. In de praktijk zijn het vooral externe waarden.

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNV Onderwijs?

Ja zoals ik net al zei het kan voordelen hebben maar ook nadelen omdat de tijden zijn veranderd natuurlijk. De christelijke identiteit wordt intern niet echt uitgedragen. Wel soms in een Nieuwjaar brief of zoiets met een christelijke groet maar verder merk je er niet echt veel van. Ik weet ook niet of ze dat willen dat het echt wordt uitgedragen. Ik vind dat de c misschien wel iets kleiner gemaakt mag worden. Er moet ook meegegaan worden met de tijd. Op momenten wordt dit uitgedragen, maar het moet dan eigenlijk in de wortels van de organisatie zitten.

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie, waarom?

Als je van buitenkomt denk je wat een open organisatie iedereen is gezellig. Maar soms denk ik ook wel gesloten. Soms durven mensen niet te praten, omdat ze bang zijn om voor hun echte mening uit te komen.

Naar buiten toe vind ik dat de zichtbaarheid nog beter kan. Want als je zichtbaar bent ben je ook open. Ik denk dat we nog niet genoeg meegaan met de ontwikkelingen, kan beter. Er mag hier wel wat commerciëler worden gedacht.

Op welke manier wordt er binnen CNV Onderwijs geluisterd naar de leden en wat wordt hier mee gedaan?

Ik krijg ook leden die weggaan bij ons en naar de concurrerende bond overgaan omdat zij niet het gevoel hebben dat wij echt een toegevoegde waarde zijn. De ledenadministratie is een belangrijke afdeling. Zij moeten meer betrokken worden en mee laten denken zij weten namelijk erg veel. Er mag veel meer geluisterd worden naar de leden.

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

Ik vind dat we dingen zelf heel mooi uitdragen. We geven leden adviezen, die we zelf intern niet altijd toepassen. Beslissingen worden gemaakt door het bestuur voornamelijk. Er zou meer gebruik gemaakt kunnen worden van de kennis van de medewerkers. Medewerkers weten op de werkvloer wat belangrijk voor het bedrijf is. Wat er speelt en daar moet je op inspelen en gebruik van maken. Meer gebruik maken van de kennis van je medewerkers en ontdek waar ze goed in zijn, gebruik dat. Daardoor rollen er heel veel ideeën. Meeste invloed heeft het bestuur.

Zie jij CNV Onderwijs als een inside-out of outside-in organisatie en waarom?

Inside-out zo zie ik CNV, beter is een combinatie. Misschien wat minder praatcafé's en studiedagen voor leden etc. Hier zitten leden denk ik niet zo op te wachten. Dat merken we ook aan het aantal aanmeldingen. Leden melden zich nauwelijks of te weinig aan voor dit soort bijeenkomsten. Zij worden gebombardeerd met dit soort ouderwetse bijeenkomsten, mailtjes etc.

Wat zou jij als de kerncompetities van CNV Onderwijs omschrijven?

Belangenbehartiging vind ik goed bij CNV Onderwijs. Ik ken die mensen natuurlijk ook, ik zit op dezelfde etage, en als ik zie hoe goed zij altijd proberen leden juridisch bij te staan of te informeren over hun rechten, ja, erg positief zie ik toch dat er een aantal goede mensen zijn die dat heel goed oppakken. Zij willen de leden altijd zo goed mogelijk antwoord geven. Ik vind de bladen Schooljournaal en Direct ook erg goed. Ik vind eigenlijk dat een blad een keer per maand uit moet komen. Ook is de afdeling Marketing goed bezig, wordt wat zichtbaarder.

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNV Onderwijs? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

Bij CNV Schoolleiders proberen wij goed om te gaan met de klant cq lid. Altijd reageren op de klant of lid bij onvrede of vragen. Wij maken ook een magazine voor leden waar zij hopelijk ook wat aan hebben. Wij proberen een signaal af te geven voor de schoolleider zijn belang staat bij ons voorop.

Ook in de politiek vind ik dat je goed zichtbaar moet zijn. **Ons standpunt moet bij hen duidelijk zijn.** Ik heb laatst een folder gezien van de AOB en daarop staan ook hun waardes, duidelijk herkenbaar.

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Ik zie een vergrijzing in onze leden. Nu komen er wel wat meer jongere leden door starters en studenten maar nu hebben we voornamelijk oudere leden.

Daar richten ze zich ook nog te veel op. Het beeld wat ik heb van een schoolleider is oud, man en een beetje ouderwets. Dit trekt geen jonge leden aan. Op onze folder staan ook dat soort types en daar associëren mensen zich ook natuurlijk mee. Ik vind dat je eigenlijk geen foto's van medewerkers op folders moet zetten. Mensen gaan weer weg en dan staan die foto's van de medewerkers nog steeds op de folders.

Welke producten en diensten biedt CNV Onderwijs nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden

Qua rechtsbijstand en dergelijke doen we het goed vind ik ook vanuit onderwijsacademie bieden wij goede dingen aan. Misschien moeten wat meer een **adviesorgaan** worden. We mogen ons wat ruimer in zetten. We moeten nu ook naar de toekomst gaan kijken en ons meer richten op vrouw en jong. **Een onderzoek naar jonge mensen zou ook goed zijn om te kijken wat zij willen en speel daar dan ook op in.** Dat is onze toekomst. We zouden ook op internet een soort forum kunnen opzetten zodat daar mensen met elkaar kunnen praten over kwesties en hierop kan CNVS inspelen. Als je reageert op dit soort **forums** krijgt het lid waardering en dan vertelt die persoon dat weer door is alleen maar goed voor ons imago, dan doen alle moderne bedrijven, die hebben een **'webcare' team.**

Ook bij de opleidingen voordelen bieden om lid te worden van CNV Schoolleiders. Doen we nog te weinig. Grote moderne bedrijven doen dat heel goed ze gaan overal op in op elke klacht komt een antwoord en ze pakken het goed op. Dat zouden wij via de ledenadministratie ook kunnen doen.

Hoe zie jij de rol van het merk CNV Onderwijs in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

Verkoopinstrument in ieder geval niet, wel cultuurdrager want die C vind ik wel onze cultuur.

Ik ga bij deze echt voor cultuurdrager. Vind het merk nog niet het aanstuurpunt van alle activiteiten. Merk moet je eerst intern trots op zijn dan neem je het mee in al je externe uitingen.

Welke dingen zijn belangrijk voor leden van CNV Onderwijs volgens jou?

Voor CNV schoolleiders weet ik dat onze helpdesk individuele belangenbehartiging wel heel belangrijk is, de vragen over **CAO** voorwaarden etc. We zouden misschien nog wel wat meer kunnen bieden. Misschien eens een onderzoek op doen.

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Een **sterkere adviesrol** op je gaan nemen. Overal laten zien dat wij de specialist zijn. Of **scholen certificeren** voor een goede schoolleider. Als je gecertificeerd bent door CNV Onderwijs dan betekent je wat als school. Nu kan elke groenteboer om de hoek eigenlijk schoolleider worden.

Hoe zou volgens jou CNV Onderwijs beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

Ik vind dat we veel **te veel zenden.** Als je een goede site hebt is dat eigenlijk helemaal niet nodig. De internetsite van schoolleiders moet echt eens goed aangepakt worden, dit is wel al bij Onderwijs gedaan. Soms vind ik wel dat **schoolleiders wel eens een beetje een ondergeschoven kindje is.** Ik probeer zelf altijd wel zoveel mogelijk de samenwerking aan te gaan, je hebt elkaar toch nodig. We moeten verder meer de **dialogo aangaan vind ik.** Nu wordt de tijd besteed in **zelf dingen te verzinnen en dan gaat het niet door en heb je tijd in niks gestopt.** Als je meer de dialoog aan gaat en daarna je focust op dingen die zij willen ga je effectiever om met je tijd. Er wordt hier ook te veel vergaderd vind ik. Daar gaat erg veel tijd in zitten. Je kan beter samenwerken door bij mensen even langs te gaan. Er heerst nu een beetje een eilandjes cultuur. Wordt nu wel al iets beter.

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Wij hebben een andere slagzin. Wij gebruiken uw partner in de school. Wij gebruiken uw omdat het schoolleiders zijn. Dan zeggen we geen jou. We spreken over het algemeen ook in onze communicatie leden aan met u. **Over de slagzin vind ik uw partner in de school een beetje ouderwets.** Als je wat jonger publiek wilt aanspreken zou ik een andere slagzin bedenken. **We moeten met veranderingen mee gaan** en met je tijd mee gaan vind ik.

Interview 4

Naam: Arvid Alexander

Leeftijd: 43

Woonplaats: Den Haag

Beroep (hoe lang): 16 jaar ik verwerk gegevens van leden ik krijg van de leden zelf of cnv info binnen en dat verwerk ik in de ledengegevens.

Waarom heb jij gekozen om bij CNV Onderwijs te gaan werken?

Vanwege een uitzendbaan. Eerst deed ik freelance werk in de horeca maar ik wilde meer zekerheid zodat ik gewoon mijn huur kon betalen. Dus toen heb ik een parttime baan gezocht en dat was bij de PCO de voorganger van CNVO daar ben ik **eigenlijk gewoon toevallig ingerold**. Maar ik heb wel wat met vakbonden ik vind wel goed dat ze er zijn. Maar bij de **FNV zou ik nooit kunnen werken. Ik vind dat die te snel schreeuwen en krijsen**. Zij zeggen daar zijn we tegen als dat door gaat gaan we staken. CNV zegt nou laten we eerst eens rustig kijken en praten.

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Ik zou eigenlijk wel een nieuwe uitdaging willen **ik sta nu eigenlijk te lang stil**. Ze hebben me wel kansen gegeven maar ik zit nog steeds op de ledenadministratie.

Hoe is de sfeer bij CNV Onderwijs?

De sfeer is **wel oké maar ik kan het niet altijd met iedereen vinden. Met collega's is het wel altijd gezellig**. Maarja je kan niet iedereen aardig vinden.

Ik ken wel bijna iedereen. Alleen de nieuwe mensen nog niet echt. **Het rouleert hier aardig snel**. Dat was op het vorige kantoor in Scheveningen veel minder. De band was daar denk ik beter. Ik heb nu het idee dat ik nauwelijks mensen zie

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNV Onderwijs?

Op de afdeling werken we samen maar in de communicatie kunnen dingen wel wat duidelijker zijn. De interne communicatie laat af en toe wel eens te wensen over terwijl ik wel het idee heb dat dat de laatste tijd wel is verbeterd. Op de afdeling communicatie is er ook wel veel veranderd zoveel mensen zijn er gekomen en gegaan. **Ik heb een beetje het idee dat er het wiel elke keer opnieuw moet worden uitgevonden**. Dan denk ik van dit wist je toch wel van vorig jaar maar dan denk ik owja toen werkte jij hier nog niet. Sommige dingen worden ook **niet echt goed gepland** waardoor ik bijvoorbeeld een contributiekaart eigenlijk te laat krijg. Het is ook nauwelijks te doen omdat er zoveel verloop is geweest de afgelopen tijd. **Met collega's hebben wij een keer per maand overleg** dan hebben we afdelingsoverleg. Maar deze zijn niet altijd relevant voor mij.

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Ik denk dat medewerkers van CNV Onderwijs **redelijk wat vrijheid hebben**. Dat vind ik wel fijn. Vroeger werd er met een kloksysteem gewerkt en moest je je altijd in en uit klokken. Er werd van minuut tot minuut bijgehouden hoe lang iedereen werkte. Nu wordt dat aan je eigen verantwoordelijkheid overgelaten. Als je persé acht uur moet zitten wie zegt dan dat je productief bent. Ik denk **als je er soepeler mee omgaat denk ik dat dat meer motiverend werkt. Ik denk dat medewerkers over het algemeen wel gemotiveerd zijn**.

Welke waarden zou jij noemen als je denkt aan CNV Onderwijs?

Ze zijn wel solidair een goed voorbeeld daarvan is de staking. Toen leden aangaven dat zij toch wilden gaan staken is daar wel naar geluisterd en hebben we uiteindelijk meegedaan met de staking. Ik neem aan dat er normaal gesproken ook naar de leden wordt geluisterd. **Ik geloof ook dat ze wel integer zijn dat ze de leden wel voorop stellen**. Ze doen alles wel in het belang van de leden.

Wel is het zo dat ik **de ideale vakbondsbestuurder niet meer zie**. De echte gedrevenheid en niet het niet kiezen voor de politieke carrière zie ik nu minder.

Wat vind jij van de huidige waarden van kernwaarden CNVO? Worden deze nageleefd volgens jou? (solidariteit, verantwoordelijkheid, duurzaamheid en rechtvaardigheid)

Ik zou niet weten welke dat zijn. Nu je **solidariteit** noemt dat is zeker wel een belangrijke waarden vind ik. Die andere kunnen we nog wel meer aan werken vind ik.

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNV Onderwijs?

Ik ben zelf niet christelijk en **in het werk merk je het niet**. Je merkte het vroeger wel dat voor het eten werd gebeden bij een etentje maar nu zie je dat niet echt meer. Kijk je moet rekening houden met gevoelens van anderen maar verder in het werk zelf merk ik er eigenlijk niks van. **Ik heb ook wel meer met het christelijk gedachtegoed dan met de denkwijze van de FNV. Ik denk wel dat het ook een reden is waarom mensen lid worden of juist niet lid worden van het CNV. Ik vind ook wel dat ze zich daaraan vast moeten houden. Het is toch wel een gedachtegoed die hier leeft. Je kunt je er ook wel redelijk mee onderscheiden van het FNV. Maarja de kerken lopen tegenwoordig wel leeg** maar aan de andere kant als je dan weer naar de 'eo jongeren dag' kijkt die is een groot succes. Ja ik denk wel dat we de christelijke identiteit moeten vast houden.

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie, waarom?

Open dat is een gevoel. Om de vrijheid en de manier waarop men met elkaar omgaat. Naar buiten toe denk ik ook wel heel open zeker naar de leden en naar de politiek kun je natuurlijk nooit helemaal open zijn.

Weleens waar aan de late kant maar door zich te gaan richten op onderwijs 2.0 en **te kijken naar wat er moet veranderen aan CNV Onderwijs om te blijven bestaan. Kijk vroeger werd men lid van een vakbond en was dat gewoon normaal maar dat is nu niet meer. De samenleving is individualistisch** geworden. Mensen realiseren zich niet dat een vakbond problemen voor is. Vakbonden hebben een heleboel bereikt de laatste jaren. Als er geen vakbonden zouden bestaan staan mensen er alleen voor en bestaan er geen cao's. Ik vind het wel goed dat ze kijken naar nieuwe mogelijkheden.

Zie jij CNV Onderwijs als een inside-out of outside-in organisatie en waarom?

Ik denk dat alles wel vanuit hier binnen bedacht is. Je kan natuurlijk niet gaan wachten tot leden alles bedenken. Kijk je hebt natuurlijk wel de vrouwengroep die zijn wel actief en die bedenken natuurlijk wel dingen. Maar verder worden er gewoon dingen bedacht door de beleidsmedewerkers en dat wordt naar buiten gebracht. **De leden zijn denk ik niet actief genoeg. Zij vertrouwen in het bestuur en denken dat die dat wel goed doen voor ons.** Er zou wel bijvoorbeeld een discussieforum opgezet kunnen worden op de site maar dat kost natuurlijk erg veel tijd en geld en dat moet gemonitord worden. Op zo een manier krijg je meer te horen over wat er daadwerkelijk leeft. **Ik vind de site echter nog steeds niet heel mooi of duidelijk.** Weet niet hoe de leden daar over denken. Ik denk dat het voornamelijk jongeren moet aanspreken. **De oude leden die al 20 jaar lid zijn blijven wel lid maar je moet nieuwe jonge leden aantrekken. Wat Melanie doet is ook heel goed, jongeren moet je actiever benaderen.** En meer bewust zijn als organisatie van de mogelijkheden.

Op welke manier wordt er binnen CNV Onderwijs geluisterd naar de leden en wat wordt hier mee gedaan?

Over het algemeen wordt er goed geluisterd naar de leden zoals ik net eigenlijk al zei.

Als je als lid niet naar een vergadering of bijeenkomst komt moet je ook niet zeuren. Als je als lid nooit een brief stuurt naar het bestuur hoe moet je dan weten als bestuur wat leden willen. **Leden zijn zelf daar wel verantwoordelijk voor.**

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

De medewerkers moeten eigenlijk in dienst staan van de leden. De leden zouden beslissingen moeten maken. Ik denk dat het in grote lijnen wel gebeurt.

Als leden van alles gebruik maken wat wij bieden hebben zij best een grote invloed. Je kan natuurlijk niet zomaar zeggen als lid ik ben het er niet mee eens .

Wat zou jij als de kerncompetities van CNV Onderwijs omschrijven?

We zijn heel goed in het behartigen van de belangen van de leden als een lid een probleem heeft met de werkgever of een uitkeringsinstantie. Ik denk dat met onderhandelingen wij echt wel iets voor leden betekenen. En als we bijvoorbeeld gaan bemiddelen met scholen.

Verder hebben we natuurlijk een **informatief tijdschrift.** Ik zou het blad wel maar één keer per maand doen dat lijkt me beter. En we geven leuke cursussen waar leden wat aan hebben en zijn daarnaast ook een luister oor voor leden. Wij zijn eigenlijk hun vangnet.

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNV Onderwijs? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

We krijgen volgens mij haast nooit klachten over hoe wij met de leden omgaan. **Solidariteit is wel een belangrijke klantwaarden denk ik. De Christelijke identiteit komt in het contact met klanten denk ik niet heel veel naar voren.**

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Ik vind deze vraag moeilijk om te beantwoorden. Het zijn in ieder geval mensen in het onderwijs. Het zijn vaak ook werknemers en geen bazen. Als ik een gemiddeld lid zou moeten noemen is dat denk ik een vrouw van 35 met twee kinderen in het basis onderwijs. Ik denk ook dat wij ons daarop moeten richten. Wij moeten ons niet richten op die Aardrijkskunde leraar of die leraar Duits dat heeft geen zin.

We hebben natuurlijk wel verschillende stuurgroepen om alle verschillende leden te vertegenwoordigen.

Welke producten en diensten biedt CNVO nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden?

Misschien moeten we meer vakinhoudelijke trainingen geven over de problemen die vooral ook bij jongere leden spelen. Bijvoorbeeld een training 'wat moet je doen als je gepest wordt door een leerling?'. Ook bijvoorbeeld timemanagement wat we al doen vind ik erg goed. Daar moet je je meer op richten denk ik. De vakvereniging waar we nu naar toe willen is denk ik wel een goede ontwikkeling.

Verder denk ik echt wel dat we genoeg producten hebben. Je wordt als lid collectief geholpen en individueel geholpen. Daarnaast kan misschien de informatievoorziening nog iets verbeteren misschien de frequentie wat omlaag. Als ik te veel van iets krijg lees ik het zelf ook niet meer. Maar even dus om terug te komen op de vraag, de trainingen zouden wel wat meer praktisch gericht mogen zijn.

Hoe zie jij de rol van het merk CNV Onderwijs in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

Ik vind CNV eigenlijk sterker dan het merk CNV Onderwijs. Veel leden weten volgens mij ook niet dat ze lid zijn van CNV Onderwijs maar denken dat zij gewoon lid zijn van CNV. Dat zie ik bijvoorbeeld ook wel eens in de krant staan 'De voorzitter van het CNV Michel Rog.' Dan denk ik nee dat is hij niet. Als je CNV gebruikt als vakbond zien mensen dat gauw als één club. Als ik zou moeten kiezen tussen de vier trappen die jij noemde zou ik het merk 'CNV Onderwijs' een aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten noemen.

Welke dingen zijn belangrijk voor leden van CNV Onderwijs volgens jou?

Volgens mij vinden de leden het belangrijkste dat zij geholpen worden als zij problemen hebben dus toch het vangnet.

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Ik denk dat we heel goed op weg zijn maar toch het beter laten doordringen bij de jonge leden wat het belang is van een vakbond. We moeten de student leden die lid worden voor 1 euro proberen vast te houden. Daar zie ik nog wel een kans om te benutten.

Wat ook misschien zou kunnen is het digitaal aanbieden van Schooljournaal

Hoe zou volgens jou CNV Onderwijs beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

Volgens mij gaat dat de laatste tijd best wel goed dat is wel verbeterd. Er wordt nu meer gecommuniceerd. Als er nu onduidelijkheden zijn ligt dat vaak aan leden die zelf niet goed lezen. Ik heb wel eens gehoord dat er teveel wordt gecommuniceerd. Maar dat is eigenlijk meer door de kaderleden. Als je bijvoorbeeld in meerdere stuurgroepen zit als lid krijg je erg veel nieuwsbrieven. Het kan zomaar zijn dat je drie, vier keer per maand een nieuwsbrief krijgt. Er wordt nu wel gekeken of dit meer gestroomlijnd kan worden. Wat dan ook weer een nadeel is dat er ook groepen zijn die juist weer niet zo actief zijn waardoor er helemaal niet wordt gecommuniceerd naar hun achterban. Dat is het moeilijke van dat het vrijwilligers zijn. Je kan hen niet verplichten om wat te doen.

Het is wel goed dat we ook vaak enquêtes uitzetten ik weet alleen niet hoe vaak dat gebeurt. Misschien kan je ook een soort discussieforum op de site creëren op die manier kunnen leden elkaar ook helpen.

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Ik geloof wel dat dat goed is omdat het precies verteld wat je doet. Je partner kan je op terug vallen daar kun je op bouwen en dat is iemand die ook voor je op komt als je het moeilijk hebt. Daar zie ik dus wel de overeenkomst in met CNV Onderwijs

Interview 5

Naam: Fiona Knepper

Leeftijd: 42

Woonplaats: de Betuwe

Beroep (hoe lang): 5 jaar Ik ben bestuur secretaresse en ik kwam eigenlijk voor de afdeling beleid als afdelingssecretaresse maar ben nu hier terecht gekomen.

Waarom heb jij gekozen om bij CNVO te gaan werken?

Ik kwam de vacature tegen en die sprak mij aan. Eigenlijk had ik ergens anders ook nog iets lopen maar ben uiteindelijk toch hier terecht gekomen. Het gesprek beviel me goed en de voorwaarden ook. Dat was voor mij de reden om het toch hier te gaan doen. Als secretaresse kun je eigenlijk overal werken maar iets moet je toch aanspreken en ik ben niet zo van het zakelijke en commerciële. Dus ik werk ook graag in een non-profit organisatie dus dat sprak me wel echt aan hier. Eigenlijk hoorde ik van een vriendin dat de onderwijsbond zo leuk was en zij werkt hier nou uiteindelijk ook. Maar het was niet zo dat ik echt iets speciaals had met onderwijs destijds. Dingen komen op je pad zoals ze moeten komen en het bevalt goed hier.

Wat motiveert jou bij het uitvoeren van je werk?

Het is echt totaal niet saai hier. Er is geen half jaar hetzelfde en ze zijn gewoon ook modern in het werk. Zowel naar de medewerkers toe als naar buiten toe kijken ze ook steeds van hoe ze dingen kunnen veranderen en verbeteren. Het is gewoon heel erg afwisselend. De sfeer is echt het allerbelangrijkst omdat ik het gewoon leuk heb met die meiden. Dan maakt het minder uit wat voor werk je doet als het maar gezellig is en er een goede sfeer heerst.

Hoe is de sfeer bij CNVO?

Er is hier een goede sfeer. Aardige collega's en er heerst een grote zelfstandigheid. Bij ons op het secretariaat is die in ieder geval heel goed. Dat is denk ik ook wel een van mijn grootste drijfveren, die goede sfeer. Ik heb ook alleen gezeten en nu zitten we met een grote groep vrouwen in een kleine ruimte en veel mensen waren bang dat het misschien niet goed zou gaan maar het gaat echt heel goed. Hoe verschillend we ook zijn. We hebben veel lol en zijn collegiaal en werken ook leuk met elkaar. Sowieso op de hele afdeling vind ik het heel prettig. Is informeel en leuke sfeer. Je gaat mensen ook leren kennen en met de één heb je natuurlijk meer dan met de ander. Met andere afdelingen heb ik dan wel wat minder contact. Met de secretaresses vind ik het wel goed omdat we twee keer per jaar een secretaresse dag hebben. Maar laatst ging ik naar de vijfde en realiseerde ik me dat ik daar al echt lang niet was geweest. Dus sommige collega's spreek ik bijna nooit.

Hoe lopen de samenwerkingsverbanden binnen CNVO?

Wij proberen onderling wel goed met elkaar samen te werken. Omdat we nu op een kamer zitten met alle secretaresses hoor je veel sneller van elkaar van 'he had jij het hier niet over vanochtend'. Je hebt veel sneller interactie en schakelt daardoor ook veel makkelijker en neemt het daardoor soms ook van elkaar over. Als je apart zit merk je dat je veel meer op je eigen eilandje werkt. Op onze afdeling is de samenwerking heel groot omdat wij het centrale punt zijn van onze afdeling. Het secretariaat is nu ook veel meer een geheel geworden. Het samenwerkingsverband met de andere afdeling is niet heel groot.

Vind jij dat medewerkers binnen de werkorganisatie een grote vrijheid hebben bij het uitvoeren van hun werk en waarom?

Je ziet best wel eens wat nieuwe gezichten bijvoorbeeld in de lift maar ik denk dat ik toch wel bijna iedereen ken. Alleen soms stagiaires houdt ik niet altijd bij sommige zijn ook zo snel weer weg. Ik vind wel dat medewerkers wel veel vrijheid krijgen bij hun werk. Er wordt hier niet heel veel gecontroleerd vind ik. Iedereen mag zijn tijd indelen zoals die zelf wilt en dat vind ik ook wel fijn. Je wordt ook helemaal niet geklokt of bekeken. Er zijn wel eens mensen waarvan ik denk dat zij deze vrijheid te weinig waarderen. Ik denk dat je wel blij mag zijn met wat wij hier hebben. De waardering komt wel van hoger op vind ik. Dan krijgen we na een piek moment bijvoorbeeld van de AV te horen van wat fijn dat het weer is gelukt en wat goed gedaan.

Welke waarden zou jij noemen als je denkt aan CNV Onderwijs?

Vanuit die christelijke identiteit toch wel sociaal we gaan heel respectvol met elkaar om. Die christelijke identiteit is niet heel zwaar maar die zie je wel terug.

Wat vind jij van de huidige kernwaarden van CNVO? (solidariteit, verantwoordelijkheid, rechtvaardigheid en duurzaamheid) Worden deze nageleefd volgens jou?

Ow wat erg waren het er drie. Ik weet het even niet meer. Was het solidariteit en iets met sociaal of respect? Eerlijkheid? Ow nu je het zegt owja. Die solidariteit noemde ik dus al en vind dat we wel echt sociaal zijn. Verantwoordelijkheid kunnen we denk ik nog iets meer pakken. Als je meer zegt waar je voor als vakbond staat pak je echt je verantwoordelijkheid. En rechtvaardigheid waar zijn we dan rechtvaardig in? Ja ik denk dat wij dat wel willen zijn en kunnen zijn maar ik zou nu geen voorbeeld van kunnen noemen. We zijn er denk ik dus nog niet helemaal.

Wat vind jij van de christelijke identiteit van CNVO?

Ik kan alleen voor mezelf spreken. Als ik aan geloof denk zie ik dat niet in wel of niet vloeken of naar de kerk gaan maar meer hoe je met elkaar omgaat. Dus respect voor elkaar hebben en goed zijn voor je medewerkers. Maar ik denk wel dat veel mensen binnen onze organisatie er zo over denken. Je merkt het niet zo in de dagelijkse dingen dat we echt zo een christelijke organisatie zijn. Naar buiten toe is het denk ik ook minder belangrijk. Vroeger in de verzuilde maatschappij was het voor mensen denk ik veel belangrijker. Ieder gelooft nu meer op zijn eigen manier en uit dit ook op een verschillende manier. Nu zijn mensen meer individualistische. Ik denk dat de achterliggende waarden het belangrijkste zijn.

Zou jij CNV Onderwijs omschrijven als een open of gesloten organisatie, bv markt en politiek waarom?

Ik vind het een open organisatie maar dat komt omdat ik zelf ook heel open ben en verwacht dat anderen dat ook zijn. Maar misschien ben ik wel blind voor kantoorpolitiek. Maar ik vind dat CNV Onderwijs behoorlijk open is. Kan natuurlijk niet overal open over zijn maar dat hoeft denk ik ook niet altijd. Hetzelfde geldt denk ik voor leden en politiek.

Zie jij CNV Onderwijs als een inside-out of outside-in organisatie en waarom?

Ik denk dat wij toch wel laten leiden door wat er actueel is. We hebben regiobestuurders die vertellen wat er aan de hand is in het veld. Dan pakken wij het hier op en wordt er wat aan gedaan. Er wordt wel goed op ontwikkelingen ingespeeld vind ik. Ik denk niet dat het zo gaat van laat ik eens wat leuks bedenken.

Op welke manier wordt er binnen CNVO geluisterd naar de leden en wat wordt hier mee gedaan?

Ik denk dat wij wel erg goed luisteren naar onze leden. Een goed voorbeeld daarvan was de staking. Wij kregen toen te horen dat het thema speelden in het onderwijsveld en hebben hier toen iets mee gedaan. Het is niet zo dat wij eens denken van goh leuk laten we eens een staking organiseren. Dat moet gedragen worden en komt ergens vandaan. En beleidsmedewerkers komen er ook vaak mee van 'he ik heb dit en dat gehoord'.

Hoe komen beslissingen tot stand en wie heeft er het meeste invloed bij deze totstandkoming?

Nou soms gaat dat heel stroperig. Een voorbeeld is de staking VO en hier stond het bestuur eigenlijk niet achter maar je bent er voor leden en op een gegeven moment werd er door de leden steeds harder geroepen van 'he jullie zijn er voor ons'. En uiteindelijk is er toch een beslissing genomen voor de leden. Op zulke cruciale momenten hebben leden een grote inspraak maar over kleinere dingetjes is het toch wel dagelijks bestuur en verenigingsbestuur. Ook vind ik dat er goed wordt geluisterd naar de medewerkers. De vijf jaar dat ik hier zit vind ik dat ik altijd bij mijn leidinggevende terecht kon en dat er werd geluisterd. Zolang iets reëel is wordt er echt wel geluisterd.

Wat zou jij als de kerncompetities van CNVO omschrijven?

De dialoog aangaan. Als ik dan bij bestuur begin zijn zij best wel vaak aan het lobbyen bij politiek en betrokken organisaties om de organisatie beter te maken. De AOB is denk ik veel stiller van 'zo en zo willen we het'. Soms straalt er vanaf hen een vijandigheid naar ons toe. En ik denk dat dat vanaf ons helemaal niet komt. Dat merkte ik tijdens de staking in VO. Is toch een stukje mentaliteit die zij hebben. Van hieruit hoor ik weinig vijandigheid naar de AOB. Ik denk dat we daarin sterker zijn. Dat wij goed zijn in het gesprek aan gaan als ergens gerommel is.

Welke waarden zou jij noemen als de klantwaarden van CNVO? (waarden die een organisatie hanteert in de omgang met de klant.)

Dat is moeilijk. Wij zitten op een afdeling waar we eigenlijk het minst contact hebben met de leden. Maar met de kaderleden hebben wij wel contact en wij proberen hen het gevoel te geven dat we toch echt collega's zijn en dat wij dienstverlenend zijn naar hen.

Het gevoel te geven dat we het samen doen. Doordat zij dichterbij in het veld staan hebben wij hen ook hard nodig. Dat proberen we ook nog steeds meer te doen.

Hoe zou jij de leden en potentiële leden omschrijven van CNV Onderwijs wat zijn de vergelijkingen tussen mensen in deze doelgroep en wat zijn de verschillen?

Ik vind het moeilijk om daar een beeld van te schetsen. Je hebt een **oude kern en die staan veel steviger voor hun mening** en zijn groter aanwezig en hebben grotere verwachtingen. En je hebt een heleboel **jong spul en daar wil je graag wat mee maar die willen zelf veel minder**. Dat zie je ook bij de opkomst van bijeenkomsten zijn toch vaak ouderen. Ja hoe kan je die jongeren hier in betrekken.

Het beeld dat ik heb zijn er dus twee. Eentje **die ouder is die met veel meer ideaal bij een vakbond is ingestapt met een veel socialer gevoel en ook wel vanuit die C bij deze vakbond is gekomen**. En heel oneerbiedig denk ik dat de jongere persoon in een conflict is geraakt en denkt **ow het is toch wel handig om lid te zijn van een vakbond** en toen lid is geworden. Dus veel minder met idealen maar **voor zichzelf lid is geworden**. Dat is een groot verschil daarom is het moeilijk om iets aan te bieden wat voor de hele groep geldt. **Mensen houden het tegenwoordig veel meer bij zichzelf**. Ik denk dat mensen tegenwoordig vanuit een andere beleving lid worden. Mensen moeten **meer trots worden op hun werk** en dat het belangrijker wordt in hun leven. Dan komt het maatschappelijk belang meer terug. **Dan is vakinhoud die wij kunnen bieden interessanter**. Wat ik wel jammer vind bij de staking is dat mensen zich registreren en daarna lekker gaan winkelen en dat zijn dan leraren. Ze bellen dan zelfs op of het mogelijk is om te registreren als ze niet komen staken. Dat vind ik wel heel erg.

Welke producten en diensten biedt CNVO nu en welke mogelijke producten en diensten zouden er toegevoegd kunnen worden?

Ik zit op een hele andere stoel dus dat is een hele goede ik zit er niet zo dicht op als anderen. Daar denk ik eigenlijk helemaal niet veel over na. Dat realiseer ik me nu eigenlijk. Mijn klant is eigenlijk het bestuur ik heb meer met hen van doen. Ik zou het nu even niet weten. **Ik vind ook wel dat leden zelf met dingen mogen komen**.

Hoe zie jij de rol van het merk CNVO in de organisatie? (Als logo, verkoopinstrument cultuurdrager of aanstuurpunt van alle ondernemingsactiviteiten)

Mijn gevoel gaat uit naar cultuur. Alleen een logo vind ik het niet. CNV is wel echt iets en dat zie je ook wel als je om je heen kijkt op tv enzo. Het staat wel echt ergens voor. Als je aan verkoop denkt denk ik wel aan iets commercieels en dat is CNV denk ik niet. Als je dan als laatste aan iets leidend denkt nee ik denk niet dat dat het is. **Dus ik vind cultuur het beste passen het sociale en christelijke en nogmaals hoe je dat dan voelt dat is voor ieder voor zich**. Zo zou ik hem neerzetten.

Welke dingen zijn belangrijk voor leden van CNVO volgens jou?

Belangenbehartiging en dan met namen individueel. Mensen gaan natuurlijk het hardst roepen als ze aan hun portemonnee gaan zitten. Dan worden mensen echt boos. Dus ik denk dat het individueel belang voor hen wel voorop staat.

Waar zie jij nog kansen liggen om te benutten voor CNV Onderwijs?

Ja hier is het eigenlijk weer hetzelfde als bij de vorige vraag. Ik vind het moeilijk om iets te noemen omdat ik daar natuurlijk minder inzit.

Hoe zou volgens jou CNV beter kunnen communiceren naar haar leden en of in het algemeen naar buiten?

Er gebeurt best veel denk ik we hebben natuurlijk de website, we hebben Schooljournaal en de Bonds-bytes. En we proberen ook wel groepen apart te benaderen via de sectorraden en stuurgroepen. Ik durf geen uitspraak te doen over de hoeveelheid ik weet niet of er te veel wordt gecommuniceerd. Laatst vroeg Joanie aan mij **of ik eens op de website wilden kijken of het duidelijk was dat wij gingen staken**. En toen vond ik hem niet heel duidelijk dat viel mij op en dat heb ik toen meegegeven. De overzichtelijkheid was nog niet heel goed. Mensen willen weten waar ze aan toe zijn. Of er nou wel of niet gestaakt wordt door CNV Onderwijs.

Wat vind jij van de slagzin CNV Onderwijs jou partner in de school?

Ik vind hem wel **leuk ik vind hem vriendelijk** en vind hem wel wat hebben. Dat is **wel wie wij willen zijn een partner**. In een partner vind je ook alles terug. Daar ben je het ook wel eens niet mee eens maar je hebt wel verwachtingen van een partner. **Een partner geeft ook aan dat je een relatie met iemand hebt**. Ik vind hem kort en krachtig en op een goede manier aanwezig. Er zit heel veel in en iedereen kan eruit halen wat die eruit wil halen.

Bijlage 6 Uitwerking 'Visiedag'

Deze uitwerking van de 'Visiedag' is gebruikt bij het beschrijven van de identiteit van CNV Onderwijs.

Onderzoek intern

CNVO heeft intervisielunches georganiseerd om de drie pijlers die eerder zijn gesteld te bespreken binnen de organisatie. Tijdens deze lunches, die driemaal plaats hebben gevonden, werden er groepen gecreëerd waarin mensen van verschillende afdelingen en lagen uit de organisatie met elkaar in gesprek gingen. Alle inzichten werden per groep op een flip-over vel genoteerd en verzameld om te gebruiken als input voor de 'Visiedag' op 12-12-11. Ik heb alle intervisielunches bijgewoond en meegeschreven. Hieronder heb ik per lunch uitgeschreven welke punten en meningen naar voren zijn gekomen. Per lunch werden de volgende drie pijlers besproken: vrijheid in het onderwijs, professionalisering van het onderwijs en onderwijs 2.0.

Alle intervisielunches zijn gehouden om input te genereren voor de 'Visiedag' waarop een samenvatting is gegeven van alle uitkomsten van de lunches.

Uit de intervisielunches zijn de volgende kansen gesignaleerd voor CNVO met betrekking tot:

Onderwijs 2.0:

- Voorbeelden van onderwijs 2.0 zijn; tweetalig onderwijs, digitale scholen, nieuwe arbeidsvoorwaarden
- CNVO zou kunnen meedenken over onderwijs 2.0 en hierop in kunnen spelen in de media en het cursusaanbod hierop aanbieden en haar leden attenderen op de mogelijkheden.
- Hoe gaan we om met flexibele tijden en de balans tussen werk en privé?
- Wat doen we met de ZZPers?
- Moeten we ons bezig houden met werkgelegenheid?

Professionalisering

- Professionalisering zou moeten beginnen bij de Pabo.
- CNVO zou voorbeelden kunnen geven voor het lerarenregister.
- CNVO zou loopbaanadvisering en trainingen aanbieden kunnen doen wat verbonden kan worden aan onderwijs 2.0.
- Functiemix
- Leraren moeten zelf invloed hebben op eigen carrière maar de kwaliteit van het onderwijs moet bewaakt worden en toetsbaar zijn.
- CNVO kan kaders en richtlijnen scheppen voor scholen maar deze moeten zij zelf invullen.
- Bedreiging >> faciliteiten komen onder druk te staan
- Er worden veel bezuinigingen gedaan in het onderwijs
- De overheid heeft steeds minder invloed in het onderwijs.
- Hoe vrij ben je als docent in de invulling van je lessen?
- Wat is kwaliteit?
- Wat willen onze leden?

Vrijheid van onderwijs

- Vrijheid van onderwijs is meer dan vrijheid van geloof.
- Op dit moment profileert CNVO de Christelijke identiteit, als we dat minder gaan doen zorgt dat dan voor een leden afname of toename?
- Zorgt kiezen voor diversiteit voor een toename in het ledenaantal?
- Op dit moment is er een ontzuiling van het onderwijs.
- Als de C weggaat kan het zijn dat CNV zijn gezicht verliest en nergens meer voor staat.
- Op dit moment werken ook Christelijke leraren op openbare scholen.
- Kans voor CNVO ga met leraar aan de slag en open de discussie, ruimte bieden aan alle vormen van onderwijs
- Wat hebben we te bieden aan scholen?
- Ouders en leerlingen moeten variëteit aan keuze hebben om te beslissen welke school het beste past.
- De vrijheid van onderwijs wordt in principe bepaald door de markt en CNVO moet hierin een standpunt hebben.

CNV Onderwijs heeft eigenlijk drie dingen te bieden volgens de medewerkers ; beroepsinhoud, rechtshulp en belangenbehartiging.

Bijlage 7 Verschillende missies CNV Onderwijs

In hoofdstuk 1 van het rapport wordt de identiteit van CNV Onderwijs besproken. Hierbij wordt er uitgelegd dat er meerder missies van CNV Onderwijs in omloop zijn. De verschillen tussen deze missies en de missie uit de visienota zijn hieronder aangegeven door ze te onderstrepen.

De missie beschreven op de website van CNV Onderwijs

CNV Onderwijs is dé vakvereniging die opkomt voor het welzijn en de belangen van onderwijspersoneel. CNV Onderwijs is jouw partner in de school op het gebied van beroepsinhoud, individuele (rechts)bijstand en collectieve belangenbehartiging. De organisatie is geworteld in de joods-christelijke traditie. Van daaruit is CNV Onderwijs een vereniging voor onderwijspersoneel die geïnspireerd wordt door de kernwaarden rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid en solidariteit. Vanuit deze kernwaarden wil de vereniging onderwijspersoneel weerbaar en wendbaar maken, en in staat stellen om talenten verder te ontwikkelen.

De vrijheid van onderwijs ziet de organisatie als een randvoorwaarde voor goed onderwijs, waarin de bovengenoemde kernwaarden ook op schoolniveau kunnen worden ingevuld. CNV Onderwijs is een open en toekomstgerichte vereniging die in beginsel altijd zal kiezen voor de dialoog. De vereniging staat open voor iedereen die in het onderwijs werkt, heeft gewerkt en gaat werken en die zich aangetrokken voelt tot de kernwaarden en doelstellingen.

(CNV Onderwijs. 4 februari 2012)

De missie volgens A-3 (intern document)

CNV Onderwijs is dé vakvereniging voor onderwijs-personeel. Wij behartigen de belangen van onderwijs-personeel en zetten ons in voor de kwaliteit van onderwijs, de vrijheid van onderwijs en voor de verschillende beroepen in het onderwijs. CNV Onderwijs helpt professionals in het onderwijs weerbaar en wendbaar te maken in elke fase van hun loopbaan, zodat zij zelf regisseur over hun loopbaan kunnen zijn en bijdragen aan de kwaliteit van onderwijs.

De missie volgens de interen brochure van de visieconferentie

CNV Onderwijs is dé vakvereniging die opkomt voor goed onderwijs en het welzijn en de belangen van onderwijspersoneel. CNV Onderwijs is jouw partner in de school op het gebied van beroepsinhoud, individuele (rechts)bijstand, leden voordelen en collectieve belangenbehartiging. CNV Onderwijs is geworteld in de joods-christelijke traditie. Van daaruit zijn wij een vereniging voor onderwijspersoneel die geïnspireerd wordt door de kernwaarden rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid, duurzaamheid, en solidariteit.

Vanuit deze kernwaarden willen wij onderwijspersoneel weerbaar en wendbaar maken, en in staat stellen om talenten verder te ontwikkelen.

De vrijheid van onderwijs zien wij als een randvoorwaarde voor goed onderwijs, waarin deze kernwaarden ook op schoolniveau kunnen worden ingevuld. Wij zijn een open en toekomstgerichte vereniging die in beginsel altijd zal kiezen voor de dialoog. CNV Onderwijs staat open voor iedereen die in het onderwijs werkt, heeft gewerkt en gaat werken en die zich aangetrokken voelt tot onze kernwaarden en doelstellingen.

Bijlage 8 Gesprek David Bruining regiobestuurder

Deze bijlage bevat een uitwerking van het gesprek dat heeft plaats gevonden met David Bruining die regio bestuurder is bij CNV Onderwijs. Dit gesprek is gebruikt om meer inzicht te krijgen in de denkwereld van de leden.

Er bestaan twee belangrijke groepen christenen binnen Nederland, de katholieken en protestanten. De protestanten zijn ontzettend trouw en hechten nog erg veel waarden aan het geloof en praktiseren dit ook. De katholieken zijn minder streng en kunnen ook voor de AOB kiezen. Zij hebben nog wel een affiniteit met het geloof maar zijn daarin minder solidair.

De bijbelbelt is ook nog steeds groot er erg constant zij kiezen echt bewust voor het CNV omdat zij de christelijke identiteit nog erg belangrijk vinden. In deze bijbelbelt wonen ook nog veel jongeren. Voor deze groep is het CGMV christelijk netwerk die vergelijkbare diensten biedt, een grote concurrent van CNV. Andere leden zullen de achterliggende waarden van de christelijke identiteit van CNV wel waarderen maar hoeven er voor de rest niks mee. CNV Onderwijs moet zich onderscheiden door aantrekkelijk standpunten in te nemen. Een goed standpunt dat wordt ingenomen voor jongeren is dat ontslag gedaan moet worden op basis van een afspiegeling. Van elke leeftijdscategorie moeten er een aantal mensen blijven. Dus niet first in first out. Verder is CNV Onderwijs progressiever als het gaat om cao inhoud. CNV Onderwijs is hierin minder links dan de AOB. CNV Onderwijs wilt in de cao kaders inbedden waarna leden deze zelf kunnen invullen. De AOB wilt de cao meer dichttimmeren. De AOB is hierin wat meer conservatief.

Jongeren schrikken sneller van de C daarom moet de drempel lager worden gemaakt. Goede voorbeelden daarvan zijn de NCRV, de KRO en het CDA. Zij profileren hun christelijke identiteit ook minder maar iedereen weet wel dat die identiteit hun achtergrond is.

CNV Onderwijs richt zich nu op dertigers omdat zij vaak een redelijk vaste baan en dus inkomen hebben maar toch modern zijn en beroepsinhoud belangrijk vinden.

Beroepsinhoud is belangrijk voor leden. Dat is nu de enige manier om het als vakbond te redden. Door de media krijgen vakbonden vaak veel kritiek en een stoffig imago. In de jaren tachtig waren vakbonden populair omdat er toen een grote ontslaggolf plaats vond. Nu is dat sinds drie jaar weer het geval. Dat is een mogelijke verklaring voor de ledengroei. Als we ons profileren kunnen we dat het best tweeledig doen. Zo staat dat ook in de statuten. Aan de ene kant moeten we de arbeidsvoorwaarden beschermen en aan de andere kant staan we voor de toekomst, de kwaliteit en de professionalisering van het onderwijs.

Om een serieuze partner te zijn in de politiek en de media moet CNV Onderwijs zich blijven bewijzen. Na de jaren 90 vond er een ontzuiling plaats. De voorgangers van CNV Onderwijs hadden hiervoor nog twee keer zoveel leden als nu.

Jongeren van nu willen geen risico lopen in deze moeilijke economische tijd alles moet goed geregeld zijn. Zij zijn in een andere economie opgegroeid als de dertigers van nu. Deze tijd zijn jongeren meer angstig en onzeker.

Politiek gezien zit CNV Onderwijs in de hoek van Groenlinks, VVD, CDA. Ook de PVV-stemmers moeten we niet voor het hoofd stoten. Deze groep is onzeker en ziet sneller problemen dan anderen.

Weinig mensen kennen AOB of FNV. Het is ook niet duidelijk dat AOB onder FNV valt. Hierdoor kan er niet worden meegelift op het imago wat CNV Onderwijs wel kan.

Vergrijzing binnen CNV Onderwijs alle zeilen moeten bijgezet worden om nieuw potentieel binnen te halen en hiermee het voortbestaan te waarborgen. Wanneer je vroeger op een christelijke school werkte als leraar werd je automatisch lid van het CNV nu maakt dat minder uit en kan het ook van de AOB.

Inhoudelijk profileren minder links profileren en meer gaan voor de nuance altijd het gesprek aangaan. Beroepsinhoud is interessant en bijeenkomsten hierover worden goed bezocht mits het onderwerp relevant wordt gedacht. Arbeidsovereenkomsten is niet meer interessant.

CNV heeft minder actieve leden dan de AOB. Hun leden komen graag op een bijeenkomst.

Bijlage 9 Lege enquête

Deze vragenlijst is op zeven verschillende lerarenopleidingen uitgedeeld na de gastles die daar werd gegeven door CNV Onderwijs.



Wat vond je van het gastcollege?

- ☐ Interessant
- ☐ Neutraal
- ☐ Saai
- ☐ Geen mening

Toelichting

Welk beeld van vakbonden had je voor dit gastcollege?

- ☐ Modern
- ☐ Neutraal
- ☐ Ouderwets
- ☐ Geen mening
- ☐ Anders namelijk.....

Toelichting

Welk beeld van vakbonden heb je na dit gastcollege?

- ☐ Modern
- ☐ Neutraal
- ☐ Ouderwets
- ☐ Geen mening
- ☐ Anders namelijk.....

Toelichting

Had je voor dit gastcollege al eens van CNV Onderwijs gehoord?

- ☐ Ja en ik wist ook wat ze doen
- ☐ Ja vaag
- ☐ Nee nog nooit
- ☐ Anders namelijk.....

Wat is je indruk van CNV Onderwijs na dit gastcollege ?

- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Geen mening

Toelichting

Zou je lid worden van een onderwijs vakbond?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Misschien
- ☐ Geen mening

Toelichting

Zou je lid worden van CNV Onderwijs?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Misschien
- ☐ Geen mening

Toelichting

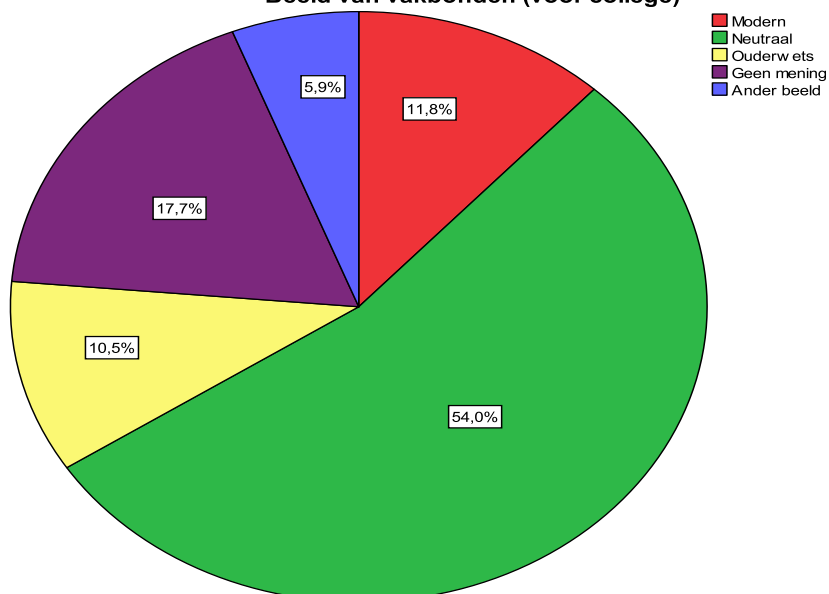
Bijlage 10 Uitwerkingen resultaten enquêtes

Hieronder zijn alle uitkomsten van de door 237 studenten ingevulde enquêtes weergegeven in grafieken, modellen en tabellen.

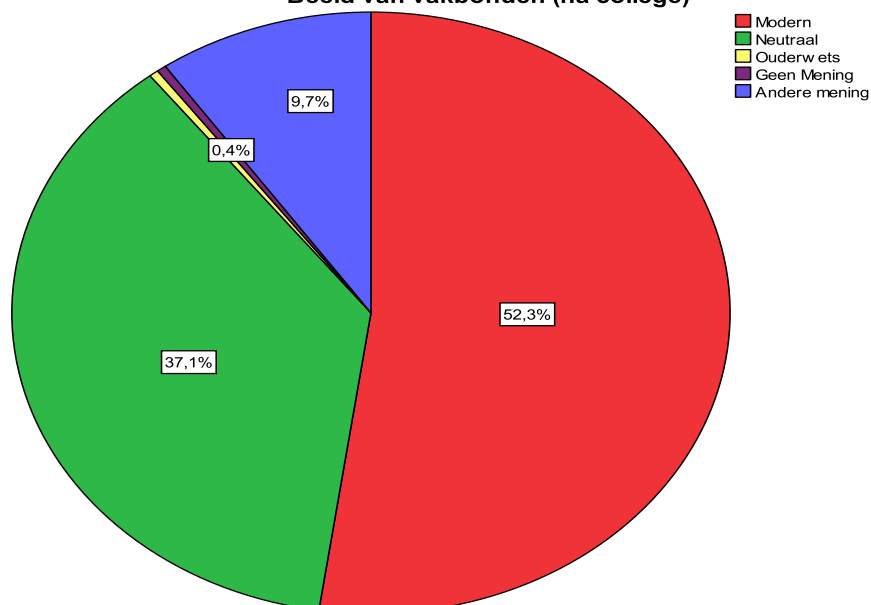
mening gastcollege

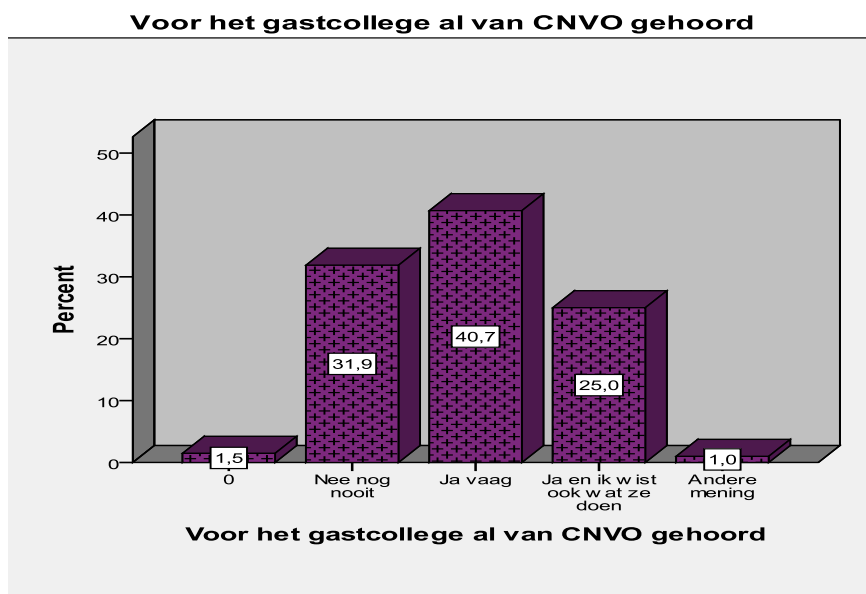
		Frequency	Percent
Valid	Interessant	199	84,0
	Neutraal	36	15,2
	Saaï	1	,4
	Total	236	99,6
Missing	System	1	,4
Total		237	100,0

Beeld van vakbonden (voor college)



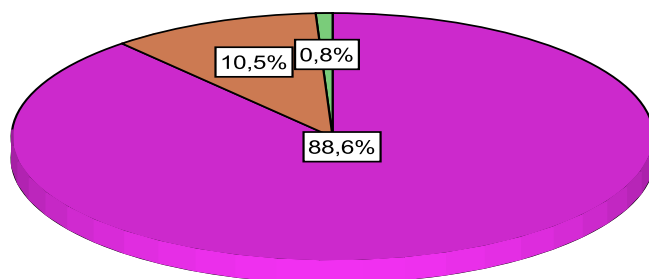
Beeld van vakbonden (na college)





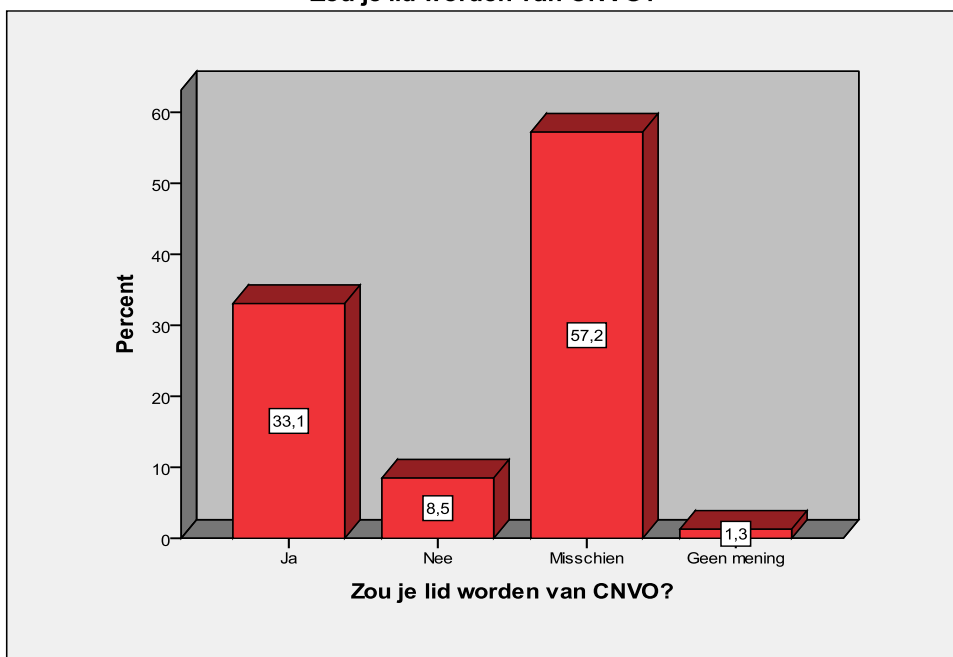
Indruk van CNVO na gastcollege

■ Goed
■ Neutraal
■ Geen mening



			Zou je lid worden van een onderwijs vakbond?				Totaal
			Ja	Nee	Misschien	Geen mening	
Zou je lid worden van CNV Onderwijs?	ja		57,9%	8,3%	4,2%	0,0%	33,1%
	nee		6,3%	83,3%	2,1%	0,0%	8,5%
	misschien		35,7%	8,3%	93,7%	0,0%	57,2%
	Geen mening		,0%	,0%	,0%	100,0%	1,3%
Totaal		n	126	12	95	3	236
		%	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Zou je lid worden van CNVO?



Toelichting enquêtes

Vakbond is iets van vroeger toen de arbeidsomstandigheden echt slecht waren.	Goed om een voorlichting te krijgen en er meer over te weten te komen.	Als ik straks ga werken zou ik wel lid worden van een onderwijs vakbond.	Tijdens het gastcollege wordt veel nuttige informatie geboden.
Ik heb nog nooit over een vakbond nagedacht/Ik heb geen beeld van vakbonden.	Goed dat vakbonden bestaan om voor je op te komen.	Ik had nog nooit van CNV Onderwijs gehoord.	Onderwijsvakbonden vind ik heel handig en hebben veel voordelen
Ik wist niet goed wat een vakbond inhield.	Een vakbond biedt meer dan ik dacht.	Ik denk bij vakbonden aan stakingen.	

Bijlage 11 Lege topiclist interviews potentiële leden

Deze bijlage bevat de lege topiclist die gebruikt is bij de interviews met negen potentiële leden.

Naam

Leeftijd

Woonplaats

Werk

Voordelen in het onderwijs

Nadelen in het onderwijs

Waarom dit werk/wat is belangrijk

Vakbonden

Wat is een vakbond

Wat doet een vakbond

Welke vakbonden zijn er

Associaties, AOb

Associaties, CNV Onderwijs

Voorkeur voor vakbond

Vakinhoud

Wat zou jij willen van een vakbond?

CNV Onderwijs

Uitingen CNV Onderwijs

Christelijke identiteit CNV Onderwijs

Beoordeling CNV Onderwijs

Vakvereniging/vakbond

Belevingswereld

Social media/internet

Bladen

Ontwikkelingen binnen het onderwijs

Informatie voorziening vakbond

Slagzin

bijlage 12 Uitwerking interviews potentiële leden

Hieronder zijn alle negen interviews die hebben plaats gevonden met potentiële leden volledig integraal uitgeschreven. De belangrijkste zinnen zijn geel gemarkeerd.

interview 1

Naam: Isabel
Leeftijd: 20
Woonplaats: Utrecht

Beroep/opleiding

Ik doe de ALPO dat is academische lerarenopleiding primaire onderwijs, zeg maar een universitaire pabo. Je kan juf basis onderwijs worden maar je hebt ook een academische achtergrond. Daarmee kan je onderwijsmethodes ontwerpen onderzoeken en je kan adviseur worden. Als ik dan een keer wat anders wil doen, dan voor de klas staan, dan kan ik onderzoek gaan doen bijvoorbeeld. Maar je kan ook half om half doen. Ik ben pas de derde lichting van deze opleiding dus het bestaat pas net. Er zijn ook nu pas mensen die gaan afstuderen dus het is ook nog wel een beetje onduidelijk wat je er allemaal mee kan. Ik zit nu in mijn tweede jaar en de opleiding duurt in het totaal zes jaar dus ik heb nog wel even.

Het lijkt me leuk om na mijn opleiding te beginnen voor de klas. We lopen ook gewoon stage daarvoor. Je loopt al vanaf het eerste jaar stage. Op dit moment loop ik één dag in de week stage. Vier keer per jaar heb je een hele week dat je stage moet lopen. Tijdens de master hoef ik geen stage te gaan lopen. Het stage lopen vind ik heel leuk omdat je dan een koppeling is tussen de theorie en de praktijk.

Wat ik zo leuk vind aan de studie is dat je een combinatie hebt van het stage lopen en de theorie erachter krijgt. Dus niet alleen praktijkgericht maar dat je ook over de achtergrond leert. Bijvoorbeeld de ontwikkeling van een kind vanaf de geboorte. Ik heb voor deze studie gekozen omdat ik heel lang niet wist wat ik wilde doen en toen hoorde ik hierover en ben ik het gaan doen. Het is niet zo dat ik altijd al juf heb willen worden. Maar het leek me toch wel leuk om voor de klas te staan. Ik vind het leuk om met kinderen te werken en hen wat bij te brengen. Kinderen zijn volop in ontwikkeling en ik vind het leuk om hen wat te leren. Wat ik ook erg leuk vind is dat geen één dag hetzelfde is. Ook de vakken vind ik leuk om te geven zoals aardrijkskunde en geschiedenis. Ik wil straks wel de bovenbouw les gaan geven.

Wat ik minder leuk vind als kinderen niet doen wat jij wilt wat ze doen. Ik heb nu een klas met hele drukke kinderen. En dan kan ik soms ongeduldig worden. En de rompslomp die er omheen hangt. Handelingsplannen opstellen en een rapport opstellen, vergaderingen. Dat lijkt me dan minder leuk. Ik snap wel dat het allemaal moet maar ik vind dat minder.

Vakbonden

Ik weet er heel weinig van. Ik weet dat je er bij aan kan sluiten en als je dan wil staken dan kan dat. Een vakbond komt voor jou belangen op. Ik zou geen onderwijsvakbonden kunnen noemen. De Abvocabo heb ik wel eens in het nieuws gehoord. Nu je het noemt ken ik CNV wel daar heb ik wel eens van gehoord. Ik ken dat logo wel. Dat is allemaal aan elkaar geschreven toch. Ja, dat zie ik wel voor me maar ik wist niet dat zij een onderwijsvakbond hadden. De andere vakcentrale is volgens mij FNV maar dat logo zie ik niet zo voor me. De FNV komt mij meer bekend voor van het nieuws. Het acht uur journaal. FNV is volgens mij wel vaker in het nieuws volgens mij daar ken ik het van. De Aob nu je het noemt kom me ook wel bekend voor van het nieuws maar ik wist niet dat het voor het onderwijs was. Ik ken eigenlijk alleen de naam.

Met vakbonden heb ik de associatie met het malieveld. Dat zij daar leraren hielpen. Ik associeer vakbonden ook wel met staken. Nu rond deze tijd is er natuurlijk veel te doen rondom stakingen dus daarom associeer ik het daarmee.

Ik denk dat onderwijsvakbonden bij de overheid opkomen voor de belangen van de leerkrachten. Nu is er super veel gaande rondom de bezuinigingen. De CNV en FNV kunnen daarbij helpen denk ik een soort tussenpersoon. Verder zou ik eigenlijk niet weten wat ze nog meer kunnen doen.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Is een onderwijsvakbonden ook voor studenten? Ja, oké voor nu zou ik het handig vinden als je aan kunt geven wat jij anders zou willen in een studie. Ook kun je dat natuurlijk wel aangeven bij de universiteit zelf. Maar als je zelf ergens tegenaan loopt bijvoorbeeld de directeur van je school ofzo dan zou ik wel naar hun gaan. Ik denk dat ik straks wel lid zou willen worden. Je hebt dan stakingsrecht en ze kunnen je op de hoogte houden van de ontwikkelingen in het onderwijs. Voor je inzichten en weet wat er gebeurt in het onderwijs

De christelijke identiteit van CNV Onderwijs is denk ik iets van vroeger toen had je meer afscheiding katholiek en christelijk. Ik heb niet echt een associatie met hele kerkelijke mensen ofzo. Mij maakt de identiteit niet zoveel uit. Maar als je echt veel leden wil kun je deze identiteit misschien veranderen ik denk namelijk dat het andere mensen wel kan afstoten. Ik denk dat mensen als eerste kijken naar de naam. Maar ik had CNV niet gelijk geassocieerd met christelijk. Mij maakt het ook niet uit voor mij is het neutraal. Binnen een vakbond is het denk ik wel los te zien van elkaar.

Als student zou ik het best interessant vinden om lid te worden. Ook om op de hoogte te blijven en straks helpen bij een sollicitatie. Ik zou me er wel eerst even in moeten verdiepen. Ik vind 1 euro per jaar ook wel prima. Als je werkt vind ik 7 euro ook niet veel voor een lidmaatschap want dan werk je natuurlijk ook en verdien je meer geld.

Ik vind het wel goed dat er voorlichtingen worden gegeven door CNV Onderwijs en ik denk ook dat het slim is als dat op onze school wordt gedaan. Ik denk dat wel veel studenten het interessant zouden vinden. Nu heb ik nog nooit iemand uit mijn klas gehoord over dat die lid is van een onderwijsbond. En ik denk eigenlijk ook dat niemand lid is.

De slagzin is wel een goede, dat ze toch een soort van rechter hand zijn. Hij is kort maar krachtig. Dat je de vakbond, jouw partner om hulp kan vragen. Ik zou alleen in plaats van school het onderwijs maken. Omdat je het ook de hele tijd over onderwijs hebt.

Belevingswereld

Op school krijg ik heel veel mee van de leerkrachten. We hebben ook wel eens discussies over actualiteiten in het onderwijsveld. Verder kijk ik het nieuws maar ik lees verder niet de krant. Het internet gebruik ik niet echt om op de hoogte te blijven. Ik heb ook geen mobieltje met internet ofzo. Facebook gebruik ik wel maar daar vind je niet zoveel over het onderwijs. Als er een Facebook zou zijn met interessante dingen over het onderwijs zou ik daar wel op kijken. Verder maak ik eigenlijk geen gebruik van andere social media. Ik ben verder ook niet zo op de hoogte van die social media. Nu lees ik wel Didactief. Gaat over onderzoek dat is gedaan en er staan ook interviews en leuke weetjes. Hier heb ik een abonnement op. Congressen ben ik nog nooit geweest. Misschien ga ik daar nog wel een keer heen maar nu ben ik te druk met andere dingen.

Ik zou posters ophangen op verschillende educatiescholen om CNV Onderwijs te promoten. Dat werkt denk ik ook wel. Ook een dag organiseren voor jongeren ofzo.

Interview 2

Naam: Anneke Bakker

Leeftijd: 26

Woonplaats: Houten

Beroep/ opleiding

Ik geef nu les op een middelbare school genaamd Houtens. Daar geef ik les als docent kunst en cultuur een soort ckv maar dan met verdieping in één discipline en ik geef daarbij dans. Ik geef dat nu twee jaar. Ik heb de opleiding docent dans gevolgd op de Fontis dansacademie in Tilburg en ben daardoor onderwijsbevoegd. Op deze opleiding heb ik ook kunstgeschiedenis gehad.

Ik ben les gaan geven omdat dans mijn passie is en ik het leuk vind om die passie door te geven aan kinderen. Met dans kun je op verschillende manieren iets bereiken met kinderen. Ook sociaal gezien bijvoorbeeld. Naast dans geef ik ook theorie lessen die ik zelf maak. Die gaan dan niet alleen over dans en dat is voor mij wel nieuw maar ik wordt dan weer bijgeschoold door andere leraren en ik help hen weer bij dans. Dus er is eigenlijk spraken van een beetje kruisbestuiving en dat is wel erg leuk. Het blijft ook vernieuwend ik ben nog steeds aan het leren.

Nadelen van werken in het onderwijs is de werkdruk. Het is erg tijdrovend werk. Daarnaast werk ik op een nieuwe school waar nog niks is. Alles moet nog ontwikkeld worden omdat de school pas twee jaar bestaat. Op school schrijven we ons curriculum zelf en dat kost gewoon veel tijd. Ik wil zelf ook gewoon alles goed afleveren terwijl ik daar niet altijd genoeg tijd voor heb. Ik ben daarnaast ook startend docent. Voor de groep staan vind ik niet zo moeilijk ik geef al jaren dansles maar voor een klas staan en lesgeven is voor mij wel gloed nieuw.

Vakbonden

Van vakbonden weet ik niet heel veel. Ik ben wel lid van de MDBK daar ben ik op de dansschool lid van geworden. Daar kregen we voorlichting van op de academie en daar ben ik toen gelijk lid van geworden en zij hebben mij ook wel eens geholpen bij een contract en dat was wel erg fijn. We kregen op de dansopleiding een gratis jaar lidmaatschap en toen heb ik dat wel gedaan maar dit jaar twijfel ik wel over mijn lidmaatschap. Ik heb net weer 150 euro overgemaakt en dan denk ik wat hebben zij mij eigenlijk nog te bieden? Zij hebben een website waarop je kan netwerken, je krijgt ook aanbiedingen van workshops en ondersteuning met arbeidsconflicten en je krijgt een keer in de zoveel tijd een nieuwsbrief over de mail. In het onderwijs zou ik het niet weten welke onderwijsvakbonden er zijn. De AOb ken ik wel nog van de staking op 6 maart waar ik naar toe ben geweest maar ik wist niet dat zij een bond zijn van de FNV. Ook zijn collega's daar lid van dus hoor je er wel iets van maar ik heb niet echt een beeld van de AOb. Verder weet ik ook eigenlijk niks van die vakbond. CNV Onderwijs was mij niet opgevallen tijdens de staking. Ow wacht waren dat de paarse? Het was me niet opgevallen dat de staking ook van CNV Onderwijs was.

Onderwijsvakbonden komen denk ik op voor de belangen van de leraar. Je kunt bij hen terecht als je bijvoorbeeld een arbeidsconflict hebt. Ik denk dat ze ook wel de individuele belangen behartigen van een lid.

Ik ben tijdens de staking wel even naar het lidmaatschap gaan kijken van de AOb maar ik heb me daar niet heel erg in verdiept. Het is iets waar je de tijd voor moet nemen en de tijd die je niet hebt ga je daar niet aan besteden. Het is geen prioriteit. Als ik nu kijk naar mijn lidmaatschap bij de MBDK dan denk ik ook, 'Wat heb ik daar nog aan? Het is lidmaatschap wel natuurlijk als er echt iets aan de hand is. In het verleden heb ik problemen gehad met mijn contract en die heb ik naar hen opgestuurd en toen hebben ze mij wel goed geholpen. In de danswereld is niks vastgelegd dus daar is een vakbond wel heel handig en in het onderwijs heb je al een cao.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Een christelijke identiteit maakt mij niet uit ik. Het doet me niet zo veel. Ik heb wel vroeger op een christelijke basisschool gezeten dus het stoot me niet af. Ik denk wel dat misschien sommige mensen er niet voor kiezen maar dat hangt er van af hoeveel de vakbond de identiteit naar buiten toe brengt.

Belevingswereld

Een vakblad op het gebied van onderwijs zou ik wel interessant vinden. Op dit moment lees ik niks. Ik zoek wel eens wat op, op het internet voor mijn lessen. Verder kijk ik het nieuws om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen in het onderwijs. Op school worden we verder goed begeleid daar krijgen we ook coaching bijvoorbeeld over mentorgesprekken.

In de zomer wil ik me wel meer verdiepen en verder gaan leren. Als een vakbond trainingen zou bieden zou dat wel handig vinden. Maar dan wel cursussen over inhoud en minder over werkdruk of zo iets. Dat hoort er gewoon bij.

Social media gebruik ik wel. Op Facebook kijk ik wel regelmatig maar ik ben niet super actief. Verder gebruik ik geen Twitter of andere social media. Als ik op Facebook af en toe wat weetjes krijg over het onderwijs zou ik dat wel interessant vinden maar dan moeten het wel nuttige dingen zijn.

Interview 3

Naam: Ineke

Leeftijd: 26

Woonplaats: Amersfoort

Beroep/opleiding

Ik geef vanaf augustus les op de Hogeschool van Utrecht aan de opleiding Communicatie management. Hiervoor werkte ik bij een trainingsbureau en gaf ik advies en trainingen over trainingen in het bedrijfsleven. Hier maakten ik erg lange dagen en dat was ik een beetje zat. Maar ik vind het wel leuk om met vaardigheden bezig te zijn en met leren. Dus ging ik mij een beetje oriënteren en zo kwam ik op de Hogeschool van Utrecht uit. Die kende ik al. Ik geef nu onder andere presenteren en vergaderen. Een hogeschool vind ik leuk omdat je bezig bent met jonge mensen en met inhoudelijke kennis overdracht. De afwisseling tussen persoonlijke begeleiding en met groepen werken vind ik erg leuk. Dat vind ik allemaal bij een hoge school. Ik kwam deze vacature eigenlijk toevallig tegen. Ik ben gewoon gaan zoeken op vacatures op de HU.

Een voordeel ten opzichte van mijn andere baan is dat ik nu altijd met het avondeten gewoon thuis ben. Ik heb nu wat meer structuur. En je hebt wat meer flexibiliteit, je kan soms je eigen tijd indelen. Daar heb je heel veel vrijheid in en dat vind ik wel prettig. Dat vind ik echt een groot voordeel. De werkdruk vind ik wel het grootste nadeel die is wel fors. Het aantal uren per taak wisselt. Voor sommige taken is het prima, voor andere taken te weinig. In het eerste jaar kost alles wat extra tijd.

Als je al drie jaar draait heb je misschien al alle materiaal gereed en als je nog aan het opstarten bent kost dat nog erg veel tijd. Ik maak nu lange dagen en dat is wel vermoeiend. Verder ook de bulk nakijkwerk dat is een beetje pieken en dalen werk.

Communicatie vind ik een interessant vakgebied met name intern/corporate. Ik heb psychologie gestudeerd arbeid en organisatie dus dat heeft er wel raakvlakken mee. Ik heb altijd wel leuk gevonden om mensen te trainen. Wat ik het leukste vind is het leren aan iemand. Een hoorcollege vind ik minder leuk dat is alleen maar zenden. Ik vind wel de interactie leuk en mensen begeleiden ook bijvoorbeeld bij hun scriptie.

Vakbonden

Ik ben geen lid van een vakbond en ik heb me daar nog nooit in verdiept. Ik weet eigenlijk niet waarom. Vakbonden hebben een beetje een bijmaak dat ze vooraan op de barricade overal voor in de bres springen en ik heb daar niet zo een behoefte aan. De associaties die ik heb bij vakbonden zijn toch wel stakingen omdat ze daar natuurlijk ook vaak mee in het nieuws komen. En de onderhandelingen voor de cao.

Ze komen op voor de algemene belangen en helpen volgens mij bij de cao-onderhandelingen. Dat zie je nu met de schoonmakers bijvoorbeeld. Ik baal daar wel van eerlijk is eerlijk ik snap die schoonmakers wel hoor maar het is hier gewoon vies op school. Vakbonden bundelen mensen en helpen ze met dat soort acties. Verder geven ze volgens mij advies en trainingen aan ondernemersraden. En dat is het eigenlijk wel zo een beetje.

Ik zou ook niet specifiek onderwijsbonden kunnen noemen, ik ken wel het grote FNV en CNV die ken ik. En die zullen ongetwijfeld iets hebben met onderwijs. Ow wacht als je de AOB noemt begint er wel ergens een belletje te rinkelen. Vanuit het nieuws herken ik het denk ik want de laatste tijd zijn er veel acties geweest natuurlijk met al die bezuinigingen in het onderwijs. In de krant of op het nieuws en het internet daar lees ik de nieuwsberichten. Eerder de AOB die ik herken dan CNV Onderwijs.

Eerst zou ik wel wat meer informatie willen over Vakbonden en over wat zij allemaal doen. Ik zou verder niet te veel lastig gevallen willen worden door een vakbond met van alles en nog wat. Maar op het moment dat ik een vraag of probleem heb dat ik ze dan kan bereiken. In het begin zou ik wel wat thuis gestuurd willen krijgen een folder daarmee zou ik sneller over de streep getrokken kunnen worden. Ik zou dan willen weten wat ze allemaal voor mij kunnen doen, wanneer kan ik bij ze terecht en wat kunnen ze voor mij betekenen. En dan zou ik met name wat willen weten over die individuele zaken. Daar weet ik nog het minst over. En als er hele belangrijke dingen zijn omtrent de cao dan zou ik daar ook wel geïnformeerd over willen worden. Ik denk dat ik pas lid ga worden bij een vakbond als ik ergens tegenaanloop en iemand zegt 'maar een vakbond kan je daarbij helpen'.

Dat zijn de momenten dat je er over nadenkt. Dus pas als ik de urgentie zou voelen. Het enige wat ik echt interessant zou vinden zijn die trainingen want als ik een arbeidsgeschil zou hebben, ik heb een keurige rechtsbijstandverzekering dus dan kan ik die opbellen. Op dit moment is er dus geen meerwaarde voor mij om lid te worden. Ook denk ik dat de rechtsbijstandverzekering die ik nu heb meer biedt. Die helpt ook bij andere zaken bijvoorbeeld bij het conflict dat ik had met mijn vorige huisbaas.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Ik wist niet dat de C voor christelijk stond. Ik ben wel christelijk opgevoed maar ik sta er neutraal tegenover. De christelijke waarden spreken me wel aan en daar kan ik me wel in vinden. Dat is prima zolang ik niet bekeert wordt ofzo. Maar het zou ook niet een grote reden zijn om wel lid te worden van het CNV. Hoe meer het wordt geprofileerd hoe minder ik me ertoe zou voelen aangesproken. Niet dat ik niet christelijk ben maar het is geen sausje waar ik specifiek naar opzoek ben. Dat is hetzelfde dat ik niet op de Christenunie stem maar bijvoorbeeld wel op het CDA, is ook christelijk maar daar merk je het veel minder.

Ik denk dat je de insteek moet pakken dat je als er niks aan de hand is een vakbond toch dingen te bieden heeft. Wat ze kunnen doen voor mensen als er niks aan de hand is maar wat dan toch interessant is voor mensen dan pak je beide insteken. En ook de trainingen profileren dat je bijvoorbeeld specifiek op het HBO gerichte trainingen verzorgt. De kwaliteit daarvan en bijvoorbeeld het onderscheidend vermogen. En dat je ook naar leidinggevende communiceert zodat zij dit ook kunnen aanprijzen. Als ik met mijn leidinggevende spreek over mijn persoonlijke ontwikkelingsplan en zij zegt kijk eens bij de AOB of CNV. Dan zou ik wel gaan kijken.

Een mooi moment voor zo een folder zou het moment van indiensttreding zijn bij een nieuwe baan. Aan de andere kant wordt je dan ook overladen met informatie. Een voorlichting op een pabo weet ik niet of dat heel effectief is. Studenten bijvoorbeeld in de derde klas hebben al zoveel aan hun hoofd dat het lid worden van een vakbond denk ik een lage prioriteit heeft.

De slagzin is degelijk maar dat past wel bij een christelijke partij vind ik. Dat associeer ik vaak met degelijk. Sprankelend en hip zou ik het niet noemen maar dat vind ik ook niet overeen komen met een christelijke partij. Ik zou ook iets minder innovatief verwachten, de combinatie van christelijk en een vakbond vind ik daar niet zo bij passen. School vind ik verder ook wat meer passen bij een middelbare school of basis onderwijs. Ik vind hem bijvoorbeeld helemaal niet passen bij een universiteit. Daar heeft een student het niet meer over naar school gaan. Het dekt wel de lading denk ik.

Belevingswereld

Intern van uitgevers krijg ik wel eens uitnodigingen voor workshop dagen en ze sturen af en toe een boek op. Ook krijg ik van collega's wel eens wat dingen doorgestuurd op studiedagen. Verder volg ik gewoon het algemene nieuws wat ik natuurlijk wel goed volg is al het gedoe rondom scripties enzo. Via het nieuws volg ik wat er speelt. Op het internet op nu.nl en de volkskrant.nl. Social media gebruik ik eigenlijk heel weinig. Ik heb ook geen Facebook account daar heb ik niet zo veel mee. Alleen linked-in gebruik ik maar daar volg ik meer dan dat ik zelf dingen plaats. Ik lees wel eens nieuwsartikelen, management dingen of onderwijs dingen maar dat is vaak Amerikaans. Bovenin staan dan vaak wat artikelen en ik krijg ook een mail van hen wat mogelijk interessante artikelen voor mij zouden kunnen zijn op basis van mijn interesses. En dat vind ik wel leuk en die artikelen lees ik dan. Op linked-in pagina's hangt het er heel erg af wat daarop gebeurt en waar een discussie over gaat. Als het dan bijvoorbeeld over scripties gaat zou ik het wel interessant vinden. Maar dat is zo lastig dat het onderwijsveld zo breed is er zijn al enorme verschillen tussen mbo's, hbo's en universiteiten. Ook in lesgeven en de vragen waar docenten meelopen. Op dit moment ga ik nog niet naar congressen. Nu heb ik mijn handen aardig vol als startende leraar.

Waarschijnlijk als ik Schooljournaal binnen zou krijgen zou ik heel selectief lezen. Ik zou het wel leuk vinden om te krijgen maar het hangt er wel vanaf wat er in staat. Ik denk dat ik de interactie met een vakbond eerder hinderlijk zou vinden als het te veel is. Het moet wel echt relevant zijn. Als ik heel veel zou krijgen over bijvoorbeeld middelbare scholen dan ben ik er heel snel klaar mee. Dat krijg ik wel mee van het nieuws.

Interview 4

Naam: Nicolet
Leeftijd: 24
Woonplaats: Vleuten

Beroep / opleiding

Ik ben **Leerkracht in groep 1 en 2** en werk al als leraar basis onderwijs sinds maart 2010. Het leuke van werken in het onderwijs vind ik het **werken met kinderen. Ook het werken met de ouders en het werken in een team vind ik leuk**. Daarnaast is het ook lekker dat leraren veel vakanties hebben. Je hebt als leraar veel vrijheid binnen de groep. Bij mijn werk vind ik het belangrijk om **mijn steentje bij te dragen aan de ontwikkeling van kinderen** en het omgang met ouders. Ook vind ik het belangrijk om **mee te denken over schoolontwikkelingen**.

Een **nadeel vind ik het salaris in verhouding met de uren die je maakt zowel op school als ook nog thuis**. De vakanties die je krijgt, heb je dus echt nodig en compenseert het salaris. Maar vaak in je vakantie ben je ook druk met school je moet dan nog dingen uitwerken of voorbereiden. Zo is de laatste vakantie week van de zomervakantie vaak een week die door leerkracht wordt doorgebracht op school. Ik moet dan de klas in orde maken, alles klaar leggen zodat je kunt starten en de startvergadering met het team. **Zowel mentaal als fysiek vind ik het werk heel zwaar**. Het vele administratieve werk, dat er ontzettend veel vanuit de overheid opgelegd wordt, de doelen die worden aangescherpt en het gaat veelal om toetsen en resultaten. **Terwijl de leerkrachten juist zijn van het proces en niet het product. Dus de weg die het kind aflegt is belangrijker dan waar het uiteindelijk uitkomt**.

Vakbonden

CNV is eigenlijk de enige vakbond die ik ken verder zou ik er geen kunnen noemen. Deze vakbond ken ik van de tv. Zij komen wel eens in het nieuws tijdens **stakingen** en dergelijke. Ook heb ik wel eens van **collega's over het CNV gehoord**.

Ik denk dat een vakbond op komt voor de belangen van de werknemers en dan in de breedste zin. Ik ben **geen lid van een vakbond omdat ik er eigenlijk ook nog nooit over na heb gedacht**. Daarnaast **kost het me ook weer geld** en dat geef ik liever ergens anders aan uit. Ik vind het wel goed dat vakbonden mensen op de hoogte houden over ontwikkelingen in het onderwijs maar eerlijk gezegd is een informatiestroom denk ik niet gewenst. Maar in tijden van crisis en stakingen kan bijvoorbeeld social media ingezet worden om mensen te prikkelen.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Volgens mij is CNV Onderwijs wel een goede vakbond. **Ik zie of hoor wel regelmatig over het CNV maar dan wel minder over CNV Onderwijs. De Christelijke identiteit van CNV Onderwijs maakt mij niet zo veel uit**. Het is niet dat ik dan bewust voor deze vakbond zou kiezen maar ik vind het in principe prima.

Ik vind dat CNV Onderwijs meer directies en managementteams zou moeten betrekken en aanspreken in tijden van stakingen. Op die manier weten zij beter wat er speelt en blijven de directies van scholen beter op de hoogte van stakingen.

De slagzin van CNV Onderwijs vind ik **niet echt passend, want ik heb niet het gevoel dat mensen werkzaam bij CNV Onderwijs ook voldoende het werkveld zien**, maar daar heb ik misschien een scheef beeld van.

Belevingswereld

Ik maak veel gebruik van Social media via het internet die ik heb op mijn smartphone. Die heb ik vaak bij me dus ik hou dat wel bij. Met name gebruik ik mijn mobiel om op **Facebook te kijken of om mijn e-mail even te checken. Om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen lees ik de Praxis bulletin**. Dat is een vakblad over het onderwijs. Ook de **HJK lees ik wel** eens. Daarnaast leer ik ook heel veel uit de praktijk en van collega's. Ook op studiedagen leer ik dingen bij over het onderwijs. **Beurzen bezoek ik ook**. Ik ga dan naar de onderwijsbeurs of de boekenbeurs.

Interview 5

Naam: Vickey van den Tempel

Leeftijd: 25

Woonplaats: Houten

Beroep/opleiding

Ik doe nu ROC midden-Nederland daar volg ik de studie onderwijsassistent. Dan mag je bijna alles wat de leerkracht ook mag, alleen dan onder toezicht van de leraar. Hierna wil ik wel door naar de pabo zodat ik voor de klas wel alle verantwoordelijkheid heb.

Het onderwijs ligt mij gewoon goed en ik wil het ook gewoon heel graag. Er zijn denk ik zat mensen die werken in het onderwijs omdat ze denken lekker veel vakanties maar dat vind ik geen goede reden.

De moeilijkheden die je meemaakt met een kind en met de ouders vind ik wel een nadeel. Een voorbeeld daarvan is dat er een jongetje bij mij in de klas hard geslagen werd door zijn vader op het schoolplein en dat moet je dan gaan bespreken met de ouders. Dat vind ik wel echt moeilijk en ook een nadeel. Je bemoeit je met hun opvoeding maar je kunt het natuurlijk niet aan je voorbij laten gaan. Verder is het gewoon heel hard werken maar dat is een keuze die je hebt gemaakt. Dat hoort er gewoon bij.

Ik wilde eigenlijk al heel lang voor de klas staan maar ik werkte al en verdiende goed en had een eigen huisje. Ik ben gestopt met de dansopleiding en daarna ben ik gelijk gaan werken. Het was meer gemakzucht dat ik toen niet ben begonnen aan een studie. Maar op een gegeven moment werden er 40 mensen ontslagen en toen dacht ik, ik moet nu echt gaan beginnen aan een opleiding want als ik het nu niet doe dan doe ik het nooit. Er is een grote kans dat ik er straks ook uit lig. Werken in het onderwijs is wat ik altijd al heb willen doen dus toen dacht ik nu moet ik het gaan doen. Ik heb altijd al docent willen worden. Ik vind het leuk om te werken met kinderen dat je mee werkt in de opvoeding. Je draagt je steentje bij aan de toekomst van een kind. Ik vind het geweldig om kinderen dingen te leren. Ik heb heel lang zitten twifelen of ik basis onderwijs of middelbaar onderwijs wilde geven. Maar ik ben toch voor het basis onderwijs gegaan. Ik wil wel kinderen waar ik iets mee kan. Ik heb nu de combi van 5/6 dat vind ik echt erg leuk. Ze zijn nog niet zo heel bij de hand en zien je nog wel echt als juf.

Vakbonden

Ik weet helemaal niks ik zou er ook geen kunnen noemen. Ik heb echt geen idee en ik heb er ook nog nooit van gehoord op school. Ik zou geen lid worden zolang ik nog in opleiding ben. Daarna zou ik het misschien wel overwegen. Ik denk dat het heel goed is als er voorlichtingen worden gegeven op scholen.

Ik heb geen idee wat vakbonden voor leraren kunnen betekenen. Nu je uitlegt wat ze doen klinkt het eigenlijk best logisch. Ik hou me niet met vakbonden bezig. Misschien heb ik het wel eens voorbij zien komen maar dat is dan echt aan mij voorbij gegaan. Misschien zou ik straks wel lid worden maar nu nog niet.

Vakinhoud en trainingen lijken me wel interessant. Zoals time management en agressie in het onderwijs lijken me wel interessant. Juist ook voor mij want ik loop nu stage en mijn stage begeleider zit al jaren in het onderwijs en die heeft al zo erg de eigen stijl aangeleerd en is dat alweer een beetje kwijt.

Een blad zou ik wel echt lezen over onderwijs maar nieuwsbrieven via de e-mail zou ik niet zo snel lezen daar druk ik eigenlijk altijd gelijk op verwijderen. Ik krijg dan liever iets via de post. Dan neem ik er ook echt meer de tijd voor. Als ik een brochure van een vakbond zou krijgen op de mat zou ik dat wel goed vinden. Dat zou ik wel echt lezen.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Ik denk dat de christelijke identiteit van CNV Onderwijs wel goed is. Christelijk onderwijs spreekt mensen denk ik meer aan dan iets openbaars. Katholieke scholen trekken veel meer leerlingen aan dan openbare scholen. Die worden steeds groter maar openbare scholen dalen in aantal. Daar hadden we het toevallig vandaag nog over op school. Waarom weet ik niet maar ik heb wel het idee dat het zo is. Ik vind dat de achterliggende normen en waarden dan wel genoeg zijn die vind ik wel belangrijk. Ik ben zelf ook katholiek dus ik zou dan sneller voor CNV kiezen.

Ik denk dat de slagzin beter kan. Jouw partner in de school klinkt zo alsof jullie dagelijks in de school lopen of iemand aan de hand vasthouden. Ik vind het niet echt zeggen wat jullie doen. Ik vind het niet echt aantrekkelijk het kan gewoon beter.

Belevingswereld

Ontwikkelingen in het onderwijs hou ik niet altijd bij. Het hangt er een beetje van af waar het over gaat. Straks wil ik me ook wel wat meer gaan verdiepen in de verschillende soorten onderwijs. Dat kun je doen door naar het internet te kijken maar je komt ook snel in contact met leraren. Op sociaal media zou ik niet echt mijn informatie halen. Ik vraag het liever persoonlijk aan mensen. Forums enzo trekt mij echt niet.

Bladen bij ons op mijn stage school lees ik altijd wel en als ik die zelf in de bus krijg zou ik die ook wel echt lezen. Op het ROC hebben wij eigenlijk niet echt bladen. Daar zou ik het ook wel willen lezen. Als ze daar bijvoorbeeld een kast met bladen neer zouden zetten. Trainingen en cursussen dat zou ik toch wel interessant vinden in een regio maar dan zou ik het wel verplicht stellen voor leraren. Anders komen ze misschien niet. Dat zouden scholen dan moeten doen eigenlijk.

Interview 6

Naam: Lindsey
Leeftijd: 25
Woonplaats: Nieuwegein

Beroep/opleiding

Ik heb de Pabo op Domstad gedaan en werk nu op de basisschool de Vlinder. Daar doe ik groep 5 en 6. Ik wil ook niet onder groep 5 werken en heb nu groep 6 er twee dagen bij. Onder groep 5 vind ik het niet leuk om les te geven omdat ik daar het geduld niet voor heb.

Ik vind het wel heel leuk om met kinderen te werken. Dat vind ik veel leuker dan achter een computer zitten de hele dag. En ik ben ook creatief dus daarom vind ik het ook leuk om les te geven en lessen te bedenken. Vroeger wilde ik wel al altijd kleuterjuf worden maar daar ben ik toch van afgestapt. Ik weet nu niet of ik mijn hele leven voor de klas wil staan. Er zijn mensen die zijn helemaal gek op het onderwijs en die gaan er hun hele leven voor. Maar ik weet niet of ik dat kan. Bij ons op school is de werkdruk ook heel hoog we hebben een grote school met veel werkgroepen en daarom moet ik nu de schoolreis organiseren en de sportdag en het schooltuin onderhouden. Daarnaast heb je ook heel veel administratief werk en het is eigenlijk zonde dat je dat aan het doen bent in plaats van je voorbereidende werk. Ik vind dat ik wel veel vrijheid heb in het uitvoeren van mijn werk. Je hebt wel methodes die je moet afwerken maar verder wordt er niet heel veel voor je bepaald.

Vakbonden

Van vakbonden weet ik helemaal niks. Nu je het CNV en FNV noemt zegt mij dat wel wat en ook de AOb nu je die noemt. Ik krijg van me werk daar wel eens iets van de AOb. Ook door de hele mediaheisa rondom passend onderwijs kreeg ik daar wel iets van mee. Wij krijgen vanuit school ook nieuwsbrieven van de AOb. Van de AOb heb ik verder totaal geen beeld. Van CNV Onderwijs krijgen we niks. Ik heb verder nooit over een vakbond nagedacht eigenlijk. Volgens mij doet een vakbond bemiddelen tussen leerkrachten en regels van de regering. Ik denk ook dat zij meer staan voor het algemeen belang. Ik ben vooral bezig om mijn klas te draaien en mijn taken te volbrengen. Daarom heb ik het eigenlijk nog nooit uitgezocht en eerlijk gezegd heb ik daar ook niet zo een zin in.

Rechtsbijstand voor privé en op het werk heb ik al, dus daarvoor zou ik geen lid worden. Dus als ik bemiddeling nodig heb met mijn werkgever ben ik daar al voor verzekerd. En een vakblad lees ik eigenlijk toch niet. Ik kijk nu gewoon het nieuws en via school krijgen we wel een nieuwsbrief van de AOb en dat stuurt dan een collega door. Of soms stuurt de directeur wat door maar verder heb ik niet echt tijd om een vakblad te lezen.

CNV Onderwijs (Na uitleg over CNV Onderwijs)

Ik weet dat het bestaat maar verder weet ik er niet zo veel af. CNV is niet alleen van onderwijs toch? Ik zie wel vaker gewoon het CNV in het nieuws dan de AOb. CNV en FNV zijn wel vaker in het nieuws. (...) Ow, ik wist niet dat de AOb bij de FNV hoorde. Omdat het niet de naam FNV draagt wist ik niet dat zij daarbij hoorde.

Met christelijke identiteit heb ik niks. Ik zou niet zo snel lid worden van een christelijke vakbond. Ik heb daar niks mee.

Trainingen krijgen we al van school aan geboden. Ik geef namelijk les op een Ogo school dat staat voor ontwikkeling gericht onderwijs. Wij krijgen daardoor trainingen van een aparte organisatie die is gespecialiseerd in Ogo scholen. Daarom zou ik dat niet van een vakbond hoeven.

Belevingswereld

Ik heb geen Facebook of Twitter. Ik kan me niet voorstellen dat iemand dat boeiend vindt. Ik heb daar helemaal geen tijd voor. Ik heb wel een Hyves gehad maar dat heb ik niet meer. Ik doe op het internet ook heel weinig. Ik kijk meestal alleen op mijn werkmail en prive e-mail. Op teletekst lees ik het nieuws en het journaal kijk ik elke dag. Kranten maak ik weinig gebruik van. Ik lees geen vakbladen. We hebben er wel een op school bijvoorbeeld de praxis dat is een vast blad dat wij krijgen maar dat lees ik niet echt. Als ik lid zou zijn van een vakbond zou ik op de hoogte willen worden door een digitale nieuwsbrief. In ieder geval digitaal. Nu zou ik niet zo snel lid willen worden van een vakbond.

Ja, als een vakbond zou kunnen regelen dat ik met mijn gymdiploma meer geld zou verdienen dan zou ik wel lid worden van een vakbond haha. Ik moet namelijk heel veel meer werk doen omdat ik een gymopleiding heb gedaan maar ik krijg er niks voor terug. Zeven euro vind ik wel oké voor een lidmaatschap maar zelf zou ik dat er niet voor over hebben.

De slogan jouw partner in de school vind ik een beetje raar. Ik sta al vier jaar voor de klas maar heb CNV Onderwijs nog nooit in de school gezien. Ik zou niet weten wat ze in school doen. Ik kan me voorstellen dat veel mensen het een beetje een knullige slagzin vinden. Ze doen helemaal niks in school. Ik zou met de slogan meer op het lid focussen.

Interview 7

Naam: Bram

Leeftijd: 22

Woonplaats: Lombok in Utrecht

Beroep/ opleiding

Ik studeer natuurkunde ik vond dat op school altijd al een heel leuk vak. Ik gaf me zusje altijd bijles en dat vond ik altijd leuk om te doen. Daarna bedacht ik me dat het wel leuk zou zijn om leraar te worden. Ik vind het heel leuk om met leerlingen om te gaan en om ze iets te leren. Om hun ontwikkeling ook te zien. Als ze iets snappen dankzij mij. Ook vind ik het heel leuk om met mensen te werken. Het middelbaar onderwijs spreekt mij meer aan dat het basis onderwijs omdat je meer echt bezig bent met een vak. Ik zit nu in mijn tweede jaar en ik loop nu stage op het Amadeus Lyceum in Vleuten. Ik studeer aan de Hoge school in Utrecht op de Uithof. De opleiding heet tweede graads leraar.

Op mijn stage werken we met het nieuwe onderwijs daarbij moet ik nu aan 90 leerlingen tegelijk instructie geven en dat is best lastig. Ook werken ze niet met boeken maar met laptops. Er zijn ook nog geen lessen beschikbaar. Dat is voor mij lastig als beginner. Het nadeel van het onderwijs vind ik dat je nog steeds zoveel thuis moet doen het lesgeven zelf is nog maar de helft.

Vakbonden

Ik weet helemaal niks van vakbonden en ik weet eigenlijk ook niet precies wat ze doen. De FNV, CNV, AOb en CNV Onderwijs zeggen me ook helemaal niks nu je die noemt. De vakbonden komen denk ik op voor de leraar bijvoorbeeld als de leraar te weinig betaald krijgt of te veel moet werken. En de vakbonden roepen mensen op om te gaan staken. Ik denk dat een vakbond meer op komt voor het algemeen belang en niet zozeer voor individuen.

(na uitleg) Nu je dit zo verteld wat een vakbond doet vind ik het wel goed dat ze bestaan. Maar nu zou ik nog geen lid worden. In de toekomst zou ik denk ik wel lid worden als ik er meer van af weet. Ik zou dat dan op google opzoeken. Dat ze nu voorlichting op school geven vind ik wel goed. Als het voor studenten maar 1 euro is vind ik dat niet veel en voor leraren die al werken vind ik 6 a 10 euro ook niet veel.

Ik heb er zelf nog geen last van gehad maar als je een probleem hebt met je werkgever is een vakbond wel handig. Verder zou ik het eigenlijk niet weten wat een vakbond nog meer kan betekenen voor mij. Vakinhoud is wel goed als ze dat bieden maar ik weet niet of dat het werk is van een vakbond. Daar is school eigenlijk voor en daar ben je zelf ook wel verantwoordelijk voor vind ik.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

De christelijke identiteit van CNV Onderwijs zou me niet afkaatsen maar ook niet perse aantrekken. Ik sta daar neutraal tegenover. Ik ben wel christelijk opgevoed dus ik zou het niet erg vinden als de christelijke identiteit naar voren zou komen maar ik zou niet om die reden lid worden. Ik zou me goed inlezen bij de verschillende vakbonden en op basis daarvan een keuze maken.

De slogan van CNV Onderwijs vind ik wel goed ik zou er zelf in ieder geval geen betere kunnen verzinnen. Het spreekt je als individu aan.

Belevingswereld

Op dit moment blijf ik op de hoogte door mijn school. Ik zou niet zo snel zelf lid worden van een onderwijsblad maar als ik die zou tegenkomen zou ik die wel lezen. Op school ben ik die bladen ook nog nooit tegen gekomen. We krijgen op school ook eigenlijk nooit wat over onderwijsvakbonden maar ik zou het op zich wel goed vinden als we daar iets meer over zouden horen, maar het moet niet te veel worden. Als ik een folder thuis zou krijgen van een vakbond zou ik dat wel raar vinden, dat is toch een beetje inbreuk op je privacy. Als ik vanuit school informatie zou krijgen zou ik dat wel goed vinden. Verder ga ik zelf nog niet echt op zoek naar dingen over het onderwijs op het internet. Ik gebruik nu boeken met verschillende methodes voor mijn lessen daar heb ik boekjes van thuis.

Ik gebruik Facebook omdat ik het handig vindt om te gebruiken bijvoorbeeld voor het aanmaken van evenementen met vrienden. Verder gebruik ik geen andere social media. Ik zou social media niet snel gebruiken om informatie op te zoeken over het onderwijs. Ik zou liever informatie ontvangen via een nieuwsbrief. Ik vind Facebook meer iets voor vrienden.

Interview 8

Naam: Lesley
Leeftijd: 24
Woonplaats: Houten

Beroep/opleiding

Ik geef nu drie jaar les op de Heemlanden. Ik heb hier twee jaar stage gelopen en toen hebben ze mij een contract aangeboden en ik werk hier nu alweer een jaar. Ik geef aardrijkskunde en heb de opleiding tweedegraads Aardrijkskunde leraar gevolgd. Ik wilde altijd wel leraar worden. Ik twijfelde tussen leraar geschiedenis en leraar aardrijkskunde maar heb toch voor aardrijkskunde gekozen omdat ik daarvoor hoger ben geëindigd voor me examens. Ik vind het leuk om met jongeren te werken ze accepteren veel van je en je kan ze alles leren en eigenlijk is elke dag weer anders. Dat is het belangrijkste. Basisschool vind ik te kinderachtig. Ik wil met die kinderen echt een band op kunnen bouwen.

Je bent zelf de baas. Tenminste je hebt weinig controle en hebt veel vrijheid. Iedereen zegt dat je veel vakantie hebt maar dan ben je druk met toetsen en lessen voorbereiden. Je hebt hierdoor een vijftig uur durende werkweek. Zeker in het begin dan moet je je lessen nog opbouwen, filmpjes zoeken en powerpoints maken dat soort dingen daar gaat veel tijd inzitten. Dat gaat straks natuurlijk allemaal wel sneller.

Vakbonden

Ik weet helemaal niks van vakbonden. Ik ken wel de FNV die zie ik wel eens op het nieuws terugkomen. Maar dat heeft hier zeker niks mee te maken? CNV Onderwijs heb ik nog nooit van gehoord. Wel de FNV dat is de grootste neem ik aan toch? Ik denk dat vakbonden opkomen voor de belangen van docenten dus werkdruk, vakanties, vrije dagen en lonen. Ik denk dat dat algemeen is ik denk niet dat individuen apart worden benaderd. Dat kost te veel tijd. Een leraar is een leraar dus die kun je wel over een kam scheren. Iedereen heeft een ander belang dus ik denk niet dat individueel mogelijk is. De ene heeft bijvoorbeeld een zieke moeder of moet naar de opvang om zijn kind op te halen en moet daarom eerder naar huis.

Ik heb er nog nooit over nagedacht om lid te worden. Ook bijvoorbeeld met die staking dat interesseert me allemaal niet zo veel. Ik wil gewoon lekker werken en de overheid doet toch wel wat die wil. Maar bijvoorbeeld belastingdienst lijkt me wel interessant ik moet nu ook weer mijn aangifte invullen. Maar daar heb ik me nog nooit in verdiept. Maar toch zou ik 6 a 10 euro er niet voor over hebben. Ik vind dat de overheid dit moet financieren. En ik heb ook helemaal geen behoefte aan een onderwijsblad ofzo. Dat zou ik allemaal toch niet lezen. Ik heb nog geen problemen en ik ben iemand die zich pas ergens in verdiept als die problemen heeft en ik heb nog geen problemen dus ja. Misschien een mindere eigenschap maar als het goed gaat heb ik altijd zoiets van komt wel goed.

Vakinhoud zou ik nog niet interessant vinden ik ben net klaar en heb het net achter de rug. Ook al die trainingen en zo ik ben blij dat ik er even vanaf ben. Over een paar jaar zijn er weer nieuwe methodes en dan moet je daar weer mee gaan werken dus dan zou ik er wel voor openstaan maar nu nog even niet.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

De christelijke identiteit maakt mij niet uit. Ik ben van huis uit niet gelovig maar het zou me ook niet afstoten. Dat maakt me niet uit het hangt meer er vanaf welke standpunten zij innemen. Ik vind het ook geen voordeel. Ik sta er centraal tegenover.

Als ik lid zou zijn van een vakbond zou ik willen dat ze voor je klaar staan als je een probleem hebt. Bijvoorbeeld als je nog geen diploma hebt maar wel ontslagen wordt terwijl je bijvoorbeeld er drie jaar over mag doen voordat je ontslagen wordt. Dat je daar dan bij geholpen wordt en dat ze kunnen bemiddelen.

Ik vind de slagzin wel goed. Het geeft aan dat je een partner bent in voor en tegenspoed en dat is CNV ook neem ik aan. Dus ik vind hem wel goed.

Belevingswereld

Ik heb geen sociaal media. Leerlingen hoeven niet te weten wat ik in mijn vrije tijd doe. Ik kan het natuurlijk wel afschermen en zo maar ik vind het wel prima zo. Ik mis het ook echt niet. Als ik geen leraar was had ik het misschien wel gehad.

Op het internet zou ik wel veel dingen op voor mijn lessen om ook andere inzichten te krijgen enzo of over klimaatsveranderingen heb je hele interessante pagina's. Zonder internet zou ik geen les meer kunnen geven. Als vakbonden informatie zouden bundelen op het internet zou ik dat wel interessant vinden. Ik hou niks bij van stakingen of over cao's enzo. Ik hoor wel eens wat van collega's maar verder interesseert het me niks.

Ik lees geen onderwijsbladen en ga ook niet naar congressen ofzo. Congressen worden wel een aangeboden maar dat is bij onze school lastig want dan moet je daar weer een vrije dag voor opnemen. Wel krijg je dan bijvoorbeeld financiële ondersteuning vanuit het congres zelf maar het wordt je wel moeilijk gemaakt want je kan niet zomaar een vrije dag opnemen. Dan moet je weer nieuwe lesblokken maken voor de mensen die het dan weer overnemen. Ze laten het namelijk niet meer uitvallen vanwege de 1040 uren norm dus iemand gaat je les vervangen.

Op school krijg je wel een bedrag voor de sectie aardrijkskunde en daarmee zijn we en dagje weg geweest en er is hier ook iemand langs geweest. Maar 9 van de 10 secties weten niet dat er een potje voor is. Dat wordt vanuit de school ook niet echt aanbevolen. Er wordt gewoon op alles bezuinigt. Als een vakbond trainingen biedt over aardrijkskunde dan zou ik dat wel interessant vinden.

Interview 9

Naam: Kennith
Leeftijd: 20
Woonplaats: Houten

Beroep/opleiding

Ik zit in mijn vierde jaar van de Pabo. Nu zit het in Amersfoort maar het zat eerst in Utrecht en heette Hoge school Doorstraat . Het heet nu de HU Amersfoort.

Het gaat nu niet zo best in het onderwijs. **Qua banen is het nu natuurlijk lastig iets te vinden**. Maar er is wel altijd gezegd 'je bent een man dus voor jou is het makkelijker om een baan te vinden. Heel veel scholen hebben geen mannen in dienst en als er dan een man solliciteert, is er een grotere kans dat die wordt aangenomen. Ik ga me denk ik wel **opgeven voor zo een invalpool**. Daarin kun je aangeven wanneer je kan werken. Dan kom je op verschillende plekken terecht en kan je **een beetje rondkijken**.

De voordelen voor een leraar is het **plezier in je werk** als ik voor mezelf spreek dan. Je bent natuurlijk de **hele tijd bezig en je ziet de kinderen voorruit gaan**. En de waardering die je terug krijgt van een kind vind ik het belangrijkste.

Er zijn verder eigenlijk best veel nadelen op te noemen. **Je bent nooit klaar** je hebt veel dingen die je daarnaast nog moet doen. **De werkdruk is wel erg groot**. Ook in je vakantie heb je niet het gevoel dat je vakantie hebt omdat je zoveel moet **voorbereiden**.

Vroeger vond ik het altijd **heel leuk op de basis school** dus leek het mij toen ook al heel leuk om te werken in het onderwijs. Ik heb ook wel eens op de middelbare school één dagje stage meegelopen op een basis school en vond dit toen ook erg leuk. Verder heb ik **eigenlijk weinig ervaring met kinderen maar het leek me erg leuk om iets met kinderen te gaan doen**. Verder wist ik eigenlijk ook niet zo goed wat ik anders moest doen.

Ik vind het belangrijk om **kinderen iets te leren en ze eigenlijk klaar te stomen voor de maatschappij**. Je wilt natuurlijk dat ze goed kunnen **omgaan met elkaar en met elkaar communiceren en goed om kunnen gaan met elkaar door elkaars verschillen ook te accepteren**. Met de **multiculturele maatschappij** is het soms nog lastig om daar mee om te gaan. En dat vind ik ook een belangrijk deel in het onderwijs. Daarnaast **taal- en reken onderwijs vind ik ook heel belangrijk en dat kinderen plezier hebben**.

Op school is het wel een beetje onduidelijk van wanneer je wat moet inleveren enzo. Het is een hele grote school dus soms zijn dingen wel onduidelijk. Je moet nu veel zelf leren en je loopt veel stage. Nu loop ik **3 dagen in de week stage**. Je begint in je eerste jaar met 1 dag per week en in het tweede jaar heb je 2 dagen per week en derde jaar ook 2 dagen. Verder heb je ook een paar keer per jaar dat je een hele week stage loopt. Je hebt eigenlijk elk half jaar een andere school en dat **wordt voor je geregeld**.

Vakbonden

Daar weet ik eigenlijk niks over. Ik weet twee namen CNV en de FNV daar hoor je wel eens over in het nieuws maar ik zou niet echt weten wat ze precies doen. Ja **opkomen voor de belangen van mensen**. Dat is het beeld dat ik heb als je zeg maar een beetje 'gepeopeld' wordt door je bedrijf. Dat zij dan **voor je op kunnen komen als grotere instantie. Juist voor jou als individu**. En het beeld van **staken**. Ik vind dat je zeker moet gaan staken als je daar behoefte aan hebt. Ik zou dat niet zo snel doen maar begrijp wel dat anderen dat wel doen. Ik heb ook wel een aantal mensen van mijn school gehoord die gaan staken met de staking van 6 maart. Maar ik denk **niet echt dat je er iets mee bereikt**. Bij een vakbond denk ik aan staken en dat ze je helpen als je een probleem hebt. Ja, ik weet er eigenlijk heel weinig van. Misschien **als ik er meer vanaf zou weten dat ik dan wel lid zou willen worden** van een vakbond. Maar ik heb ook wel een beeld van staken bij een vakbond dus in dat opzicht zou ik niet zo snel lid worden.

Ik zou **niet het verschil weten tussen AOB of CNV Onderwijs**. Haha lijkt wel een overhoring maar ik weet er echt niks van. **Van CNV weet ik wel dat het met onderwijs te maken had, dat wist ik niet van de FNV**. Ik zie wel de logo's voor me. Het is heel vaak in het nieuws dus daar ken ik het dan ook van. FNV is denk ik wel wat vaker in het nieuws. En het **CNV** zie ik dan nu wat vaker omdat zij wel eens in ons oude gebouw van school een congres hebben en daar werk ik nu. Dus die heb ik daar wel eens gezien.

Ik ben nog nooit op de hoogte gesteld van de vakbonden of dat je geïnformeerd wordt van 'wordt lid van een vakbond' ofzo. Bij mij op de Pabo hoor ik verder leerlingen er ook nooit over. Wel leraren op de school waar ik stage loop. Ik loop nu stage op de Heilige familie school dus ik denk eigenlijk dat ze daar lid van CNV Onderwijs zijn nu ik weet wat dat inhoud. Ik vind een vakbond wel van deze tijd omdat je er altijd wel wat over hoort en is altijd wel van belang. Is van alle tijden.

CNV Onderwijs (na uitleg over CNV Onderwijs)

Van de christelijke identiteit hangt het er meer vanaf hoeveel je het uitdraagt. Bij de twee katholieke basisscholen waar ik heb stage gelopen is het meer de naam dan dat het echt wordt uitgedragen. Maar zelf heb ik er niet zo veel mee. Het maakt me niet zo veel uit als ze er op school iets mee doen maar het is niet zo dat we beginnen met bidden enzo. Ik denk ook dat de christelijke identiteit van CNV niet echt als een nadeel wordt gezien. Want op mijn Pabo is het ook zo. Daar zitten ook veel studenten die niet geloven terwijl het toch een katholieke Pabo is. Maar die past dan gewoon beter bij de student. Als CNV kan je het wel gewoon benoemen enzo ik denk dat mensen dat wel zien als iets positiefs. Als je het echt praktiseert denk ik dat het mensen wel afstoot omdat niet iedereen daar iets mee heeft.

Als een vakbond in zou gaan op vakinhoud lijkt me dat wel goed dan is het niet meer echt reageren maar ook zelf met dingen komen. Ook in het onderwijs is dat denk ik wel interessant voor al die vrouwen in het onderwijs die vaak graag lezen.

Als ik een voorlichting zou krijgen zoals een beetje tijdens dit interview en ik zou er wat meer van af weten, dan zou ik misschien wel lid willen worden. Het belangrijkste vind ik dat een vakbond opkomt voor de belangen en de dingen die mis gaan in het onderwijs. Als ik het eens zou zijn met hun standpunten zou ik voor het algemeen belang wel lid willen worden van een vakbond. Voor het grote geheel zeg maar daar denk ik altijd aan. Maar bij staken heb ik altijd zoiets bij van bleeh. Een andere manier om het probleem op te lossen zou ik veel interessanter vinden.

Als een vakbond faciliteert in het vinden van een baan dan zou ik dat wel een plus vinden. Vooral nu omdat veel leraren snel in een probleem kunnen komen op hun werk. Wij hebben wel binnen de school dat er vacatures komen voor het jaar erop. Dat is er wel maar het zijn natuurlijk niet alleen de mensen die afstuderen maar ook mensen die geen baan meer kunnen vinden.

Die slogan vind ik niet echt pakkend. Hij rijmt niet dat vind ik altijd wel leuk en kun je hem ook makkelijker onthouden. Bijvoorbeeld 112 daar red je levens mee. Het kan wel iets spannender denk ik. Inhoudelijk is het denk ik wel goed maar het blijft niet echt hangen. Het is wel waar je voor staat maar het kan wel iets pakkender.

Belevingswereld

Ik zit sinds kort weer op Facebook. Hiervoor had ik een Facebook maar die had ik weggedaan omdat ik die niet meer gebruikte. Maarja nu is het toch wel weer handig. De wat oudere leraren zitten denk ik minder op Facebook.

Dat blijft moeilijk te peilen.

Twitter heb ik ook iets van een half jaar gedaan maar dat boeide me op een gegeven moment ook niet meer. Maar ik weet wel dat heel veel mensen wel Twitteren. Ik denk dat via Twitter wel een goede weg is om contact te maken. Ik denk dat dat beter werkt dan een brief ofzo en dat geldt net als Twitter ook voor Facebook.

Via een school misschien maar ja we krijgen ook wel eens zo een digitale nieuwsbrief van school en die delete iedereen dan gelijk. Misschien kun je anders via een voorlichting op school makkelijk met leerlingen communiceren. Dat zou dan eigenlijk wel verplicht moeten zijn. Anders komt er misschien niemand. Ik denk dat zo een voorlichting wel echt werkt.

Op Twitter wordt natuurlijk al veel gedaan eigenlijk moet je iets doen wat nog nooit gedaan is. Je hebt natuurlijk prijsvragen maarja dat doet iedereen. Die dingen zou je kunnen starten naar aanleiding van zo een voorlichting want er zijn denk ik wel leerlingen die dat interessant vinden. Bij zo een voorlichting zou ik dat wel aan het einde van de studie doen. Een eerstejaars is denk ik nog niet zo geïnteresseerd.

Hetzelfde geldt eigenlijk voor Facebook er moet gewoon iets creatiefs zijn. Die Facebook kan dan informatie geven, een soort Wikipedia ofzo en laten zien wie je bent. Soms worden er ook wel eens spelletjes gemaakt zoals bijvoorbeeld van de reclame van ambulance personeel die wordt aangevallen.

Daar is een spel van gemaakt waarbij je met een ambulance moest rijden en als je het niet goed doet dat je werd aangevallen. Dat spel stond ook op nu.nl. Zodat mensen echt doorkrijgen wat je kan met een spel. Dat werkte wel en daar hoorden ik toen heel veel mensen over.

Een blad vind ik altijd wel leuk maar een nieuwsbrief die naar je toe wordt gestuurd via de e-mail kijk ik eigenlijk nooit naar. Of op Facebook vind ik ook goed want daar kijk je ook wel bijna elke dag op en dat is handig als je daar informatie van kan halen. Voor een blad vind ik eigenlijk één keer per maand denk ik ook wel genoeg. Ik zie jullie blad ook wel eens liggen weet eigenlijk alleen even niet meer waar. Ik ken dat blad wel en heb er ook wel eens in gekeken. Maar het zou ook slim zijn om die bladen op scholen te verspreiden. Op tafels waar je met je team zit op school daar liggen altijd wel wat blaadjes misschien kan daar jullie blad daar dan ook tussen.

Op school kijk ik ook wel eens in die tijdschriften maar thuis doe ik daar eigenlijk niks mee. Dan ben ik er niet zo mee bezig. Wat echt belangrijk is hoor je dan ook wel vaak gewoon op school tijdens teamoverleggen.

Bijlage 13 Uitwerking interview stuurgroep jong

Om een beter beeld te krijgen van jonge leden hebben er twee gesprekken plaatsgevonden met twee leden uit het bestuur van stuurgroep Jong. Hieronder zijn hun uitspraken puntsgewijs uitgeschreven.

Gesprek 1

Naam: Angela

Leeftijd: 30 jaar

Woonplaats: Zwijndrecht

- Vroeger deed CNV Onderwijs veel voor starters in het onderwijs. Zij deden veel workshops en cursussen voor beginnende leerkrachten. Dat deed de AOb toen niet.
- De toegevoegde waarden van een vakbond is dat zij jou op de hoogte kunnen houden over ontwikkelingen bijvoorbeeld over de cao en de vertaling hiervan. Je kunt daar dan als lid ook invloed op hebben. Daarnaast helpen ze bij de ontwikkeling van de leden door cursussen en trainingen aan te bieden en ze geven ook nog tips die je kunt gebruiken in je werk. Een vakbond is je back-up en krijgt meer voor elkaar dan iemand in z'n eentje. Ook moet een vakbond zorgen voor een positief bericht over het beroep in de media.
- Om leraren bewust te maken van de ontwikkelingen in de politiek en de toegevoegde waarden van een vakbond hierbij zou er over waargebeurde situaties geschreven kunnen worden in Schooljournaal.
- De communicatie tussen de werkorganisatie en de leden is wel goed. Schooljournaal is informatie en leden krijgen ook een digitale nieuwsbrief waarin de belangrijkste punten staan. Daarbij kan een lid, wanneer deze achtergrond informatie wilt, door klikken in de nieuwsbrief naar het hele artikel. Er zijn echter wel leden die binnen verschillende stuurgroepen vallen die ook met de leden communiceren waardoor het kan voorkomen dat je een aantal verschillende nieuwsbrieven ontvangt.
- Op de website is er niet echt een pagina of link naar de stuurgroepen. Dit zou een goed idee kunnen zijn om leden informatie te bieden die toegespitst is op hun interesses en sector. Deze zou dan gekoppeld kunnen worden aan 'mijn CNVO'.
- Vanuit de werkorganisatie zou er meer gecommuniceerd er reclame mogen worden gemaakt over de stuurgroepen. Zij kunnen leden helpen bij specifieke problemen en dienen als aanspreekpunt. Er zijn wel kaders gesteld door de werkorganisatie voor de stuurgroepen.
- Veel jonge leerkrachten maar kampen met een hoge werkdruk. Voor hen is het heel interessant om een soort mentor op school te hebben die hen op weg helpt. Ook zou een vakbond tips, workshops en bijeenkomsten kunnen geven over de hoge werkdruk.
- Het overgaan van een vakbond naar een vakvereniging is nodig voor het voortbestaan van de organisatie. Vroeger krijgen mensen het vakbonds lidmaatschap er met de paplepel ingegoten maar dat is niet meer het geval. Men moet een toegevoegde waarde zien in een vakbond. Daarbij moet duidelijk worden wat een vakbond precies doet.
- Het christelijk imago van het vakbond moet niet te uitbundig worden geprofileerd. De maatschappij is veranderd en het is genoeg om alleen de normen en waarden van de christelijke rooths geloof na te leven.
- Er zou opzoek gegaan moeten worden naar leraren die organisatorisch sterk zijn zodat zij andere leraren tips kunnen geven om werkdruk te verminderen.
- Het verschil tussen de AOb en CNV Onderwijs is dat de AOb zich meer richt op het voortgezet onderwijs. Er zijn voorbeelden van leden die om deze reden zijn overgestapt naar CNV Onderwijs.
- De rol van stuurgroepen naar de leden toe mag groter zijn. Hierdoor kunnen we ook meer leden aantrekken.
- Je moet de bond dagelijks nodig hebben. Dat je in ieder geval een keer in de week op de website gekeken moet hebben en anders echt wat hebt gemist.

Gesprek 2

Naam: Hugo

Woonplaats: Groningen

Leeftijd: 30 jaar

- Voorlichting op school werkt erg goed veel leerlingen worden gelijk lid op dat moment.
- Mee praten met de cao voor jongeren op die manier is CNV Jong op gezet.
- De stuurgroep begint steeds beter te lopen er wordt nu echt wat opgebouwd.
- Zwangerschapsverlof , ouderschapsverlof en time management bleken erg goed te lopen. Time management voor basis onderwijs is het vooral interessant is.
- Het is lastig dat veel mensen die in de stuurgroep zitten vrijwilligers zijn. Daardoor moet er ook veel worden gedaan door de werkorganisatie.
- Qua tijd is dat soms lastig om de tijd in te plannen. Je mag per groep maar 5 tot 9 mensen hebben maar je mag wel nog mensen hebben die mee helpen.
- Mensen die naar netwerkbijeenkomsten komen vinden dit wel heel interessant komen ook veel mensen op af. Zij vinden het interessant om elkaar te ontmoeten.
- Ook veel mensen die ik ken zijn met een vakbond nog niet bezig zij investeren geen tijd in het uitzoeken van een vakbond omdat zij het zo druk hebben. Zij weten hierdoor niet goed wat een vakbond inhoudt.
- De vraag is ook hoe je ze bereikt. Hoe dring je tot jonge leraren door die bijna verzuipen in het werk dat zij doen.
- De voorlichtingen op de pabo's moet worden doorgetrokken naar andere leraren opleidingen op hbo en universiteiten. Dan heb je de mensen te pakken nog voordat ze beginnen met werken en staan ze er nog voor open. Er wordt dan collegieruimte ingeruimd en dat biedt een goede mogelijkheid om alles uit te leggen,.
- Het gaat om de bewustwording en de kennis van CNV Onderwijs die op tijd gecreëerd moet worden.
- Veel mensen worden lid van de AOb gewoon toevallig ze zijn de grootste dus ze zullen wel het beste zijn. Mensen denken daar niet over na en zoeken het niet uit.
- Jongeren zijn aan de ene kant kritisch maar hebben weinig tijd om dingen uit te zoeken omdat zij zo druk zijn.
- De AOb roept eerst voordat ze nadenken en CNV Onderwijs praat eerst door en zoekt dan de goede weg.
- Individuele dienstverlening wordt bij CNV Onderwijs als goed beoordeeld. Dat zijn verhalen die van mond tot mond gaan en daardoor zijn er ook mensen die overstappen om deze reden van de AOb naar CNV Onderwijs.
- Schooljournaal is ook belangrijk met dat middel hou je contact en zien mensen ook twee keer per maand goed van de bond. Ik hoor daar eigenlijk nooit iets negatiefs over.
- Christelijke identiteit zit meer in het doorpraten en kansen te laten zien. Sommige jongeren hebben een verkeerd beeld over die christelijke identiteit dus kan je het beter niet extra benoemen. Wat erachter zit is goed de normen en waarden.
- Als lid heb je het gevoel dat er goed geluisterd wordt er wordt vaak om een mening via een enquête. Maar als kaderlid in een stuurgroep merk je soms dat het iets moeilijk is om iets voor elkaar te krijgen. Dan wordt er iets minder geluisterd.
- De vereniging mengt niet altijd goed met de werkorganisatie omdat soms beide andere belangen hebben.
- Stuurgroepen willen eerder samenwerken dan sectorraden. Het is ook lastig dat je als lid onder verschillende stuurgroepen en sectorraden. Je kan als vrouw vallen onder stuurgroep jong, stuurgroep vrouwen, sectorraad po, stuurgroep passend onderwijs en in stuurgroep schoolleiders.
- Veel jongeren stoppen ook na 5 a 6 jaar in het onderwijs. Daarvoor kunnen oorzaken voor gezocht worden en kun je begeleiding voor ontwikkelen.
- Er mag meer wederzijds begrip komen van de werkorganisatie en de stuurgroepen. Hierdoor kunnen zij beter samenwerken.
- Een forum is interessant voor een stuurgroep om gedachten met leden uit te wisselen.
- Het is mogelijk om jongeren aan te trekken voor een vakbond maar zij moeten wel in aanraking met de vakbond hebben. Mensen gaan niet uit zichzelf opzoek. Geen latente behoefte.
- De slogan is heel netjes en degelijk en valt eigenlijk weinig op.

Bijlage 14 Ontwikkelingen

In deze bijlage worden een aantal ontwikkelingen beschreven. Bij het schrijven van het positioneringsrapport voor CNV Onderwijs spelen deze ontwikkelingen op de achtergrond een rol.

Er zijn een aantal interessante ontwikkelingen die CNV Onderwijs in ogenschouw moet houden en waar zij in de toekomst wellicht op in kan spelen. De ontwikkelingen die worden genoemd zijn vakbewegingen in Nederland, ontwikkelingen in het onderwijs en technologische ontwikkelingen. De genoemde ontwikkelingen uit deze paragraaf zijn verworven uit deskresearch.

Vakbewegingen in Nederland

In maart 2011 waren er 1,9 miljoen mensen lid van een vakvereniging en het aantal vakbondsleden is in 2011 met 5 duizend toegenomen ten opzichte van een jaar eerder. Over het algemeen is er in de Nederlandse vakbeweging sprake van een vergrijzing. Eén op de zeven vakbondsleden is 65-plus in 2011. Het aantal vakbondsleden van 65 jaar en ouder is het afgelopen jaar toegenomen met 6,8 procent. Dit is niet in verhouding met de bevolking waarin het aantal 65-plussers toenam met 2,3 procent. De vakbeweging vergrijst dus sneller dan de bevolking. Maar voor het eerst in ongeveer twintig jaar sloten meer jongeren zich aan bij een vakvereniging. Het aantal vakbondsleden jonger dan 25 jaar steeg afgelopen jaar met 3 duizend leden. Toch blijft de vertegenwoordiging van jongeren in de vakbeweging laag. In 2011 is maar 4 procent van de leden jonger dan 25 jaar. Het aantal vakbondsleden tussen de 45 en 65 jaar neemt sinds 2005 gestaag toe. In verhouding tot de beroepsbevolking is deze groep sterk oververtegenwoordigd. (Centraal bureau voor de statistiek. 8 maart 2012)

Ontwikkelingen in het onderwijs

Door de val van het kabinet op 22 april 2012 zijn de bezuinigingsplannen voor het onderwijs van tafel. Begin 2012 lagen er plannen klaar om veel te bezuinigen in het onderwijs. Vooral op het passend onderwijs zou flink worden gekort. 'De Tweede Kamer gaat akkoord met een bezuiniging van driehonderd miljoen euro op het passend onderwijs, meldt de NOS op dat moment. (NOS 6 maart 2012) CNV Onderwijs en de AOB hebben zich hiertegen verzet door actie te voeren. In 2011 vond al een actie plaats tegen deze bezuinigen en begin 2012 werd een grootschalige staking georganiseerd in de Amsterdam ArenA. Eind april werden de bezuinigingen van tafel geveegd omdat het kabinet is gevallen. Nu het kabinet gevallen is, zijn de bezuinigingen voorlopig van tafel en is het nog onduidelijk hoe en of er in de toekomst bezuinigd gaat worden in het onderwijs.

Ontwikkeling leraren

Volgens de Nota 'Werken in het Onderwijs 2012' willen leraren in zowel het primair onderwijs als in het voortgezet onderwijs zich verder ontwikkelen. Deze scholing bestaat bij leraren in het primair onderwijs voornamelijk uit taalonderwijs. Ook werd er veel gebruik gemaakt van scholing gericht op het lesgeven aan kinderen met een beperking. 47 procent van de leraren in het primair onderwijs heeft deelgenomen aan bijscholing op dit gebied. Het kabinet investeert vanaf 2012 extra in de professionalisering van leraren. (ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 2 april 2012)

Leraren tekort

De komende jaren komen er steeds meer banen vrij in het onderwijs, terwijl de werkgelegenheid in andere sectoren afneemt. Vooral in het voortgezet onderwijs is dit goed terug te zien. De verwachting is dat in het schooljaar 2016-2017 ongeveer 30.000 leerlingen meer in de bovenbouw van het voortgezet onderwijs zitten dan in schooljaar 2009-2010. Dit zorgt voor ruim 1.500 fulltime extra banen en hierdoor neemt de vraag naar eerstegraads docenten toe.

Om het tekort aan leraren te overzien wordt er verwacht dat het kabinet vanaf 2020 jaarlijks meer dan € 1 miljard uitgeeft aan het onderwijs. Dit geld wordt grotendeels ingezet om het salaris van docenten te verbeteren. Ook wordt het geld gebruikt om opleidingen van leraren te financieren in de vorm van de lerarenbeurs extra scholing.

Ondersteunende functies

Om de werkdruk van docenten en schoolleiders in het basis onderwijs te beperken, krijgen scholen steeds meer financiële ruimte om werknemers in een ondersteunende functie aan te nemen. Hiermee worden conciërges of administratieve krachten bedoeld. Er is een speciale subsidie voor ondersteunend personeel in het basis onderwijs, wat het voor scholen aantrekkelijker maakt om onderwijs ondersteund personeel aan te nemen. (rijksoverheid. 15 maart 2012)

Social media

De ontwikkelingen op het gebied van (social) media zijn belangrijk voor het onderwijs en voor de manier waarop CNV Onderwijs met de achterban communiceert. Door de nieuwe mogelijkheden van social media en de enorme populariteit hiervan, wordt het voor bedrijven makkelijker om te communiceren met hun doelgroep. De technologische mogelijkheden bieden kansen om verbindingen te maken met de achterban en relevante netwerken.

Op dit moment wordt er veel gebruik gemaakt van digitale communicatie door CNV Onderwijs. Zo bestaat er een digitale nieuwsbrief en worden er digitale enquêtes verstuurd naar de leden. Ook maakt CNV Onderwijs gebruik van social media. CNV Onderwijs heeft een eigen Facebook pagina, een linked-in groep en een twitter account.

Ook wordt er op scholen veel gebruik gemaakt van nieuwe technologieën. Het onderwijs krijgt een andere invulling door de technologische ontwikkelingen. De eerste laptopschool is een feit. Deze ontwikkelingen hebben invloed op de professionele ontwikkeling van het onderwijspersoneel en hun arbeidsomstandigheden. Het personeelsbeleid zal hierop moeten inspelen.

Nieuw onderwijs

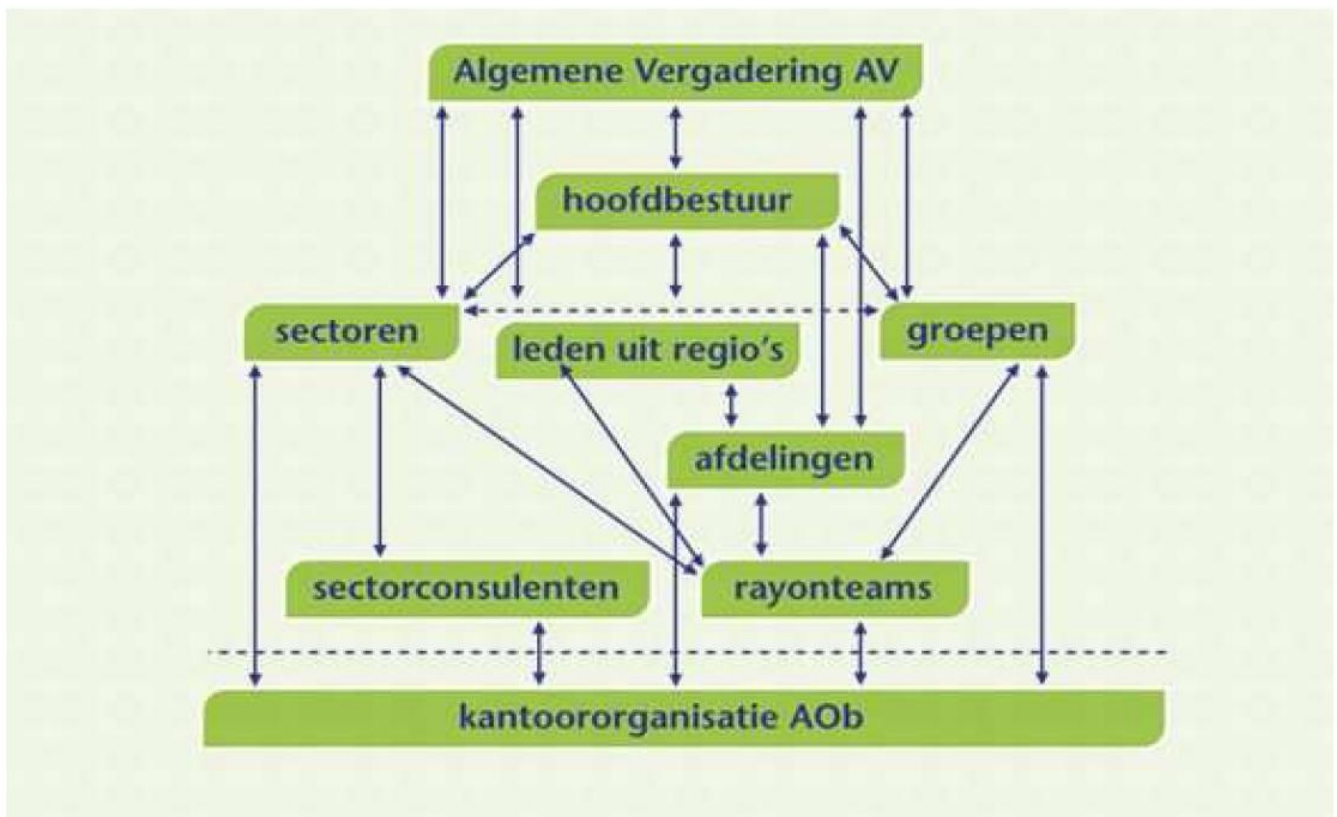
Er ontstaan steeds meer plannen om een school op te richten waarin de iPad een grote rol gaat spelen, de zogenoemde iPad-scholen. Voorstanders van de plannen vinden dat kinderen van kinds af aan moeten leren omgaan met een tablet omdat deze nieuwe technische ontwikkelingen passen bij de huidige maatschappij. (Spits 26 maart 2012) Ook is er kritiek op deze nieuwe manier van lesgeven. Jaap Walhout, onderzoeker bij het Centre for Learning Sciences and Technologies van de Open Universiteit in Den Bosch zegt in het Brabants Dagblad. 'Dat een kind fantastisch kan spelen met een iPad wil niet zeggen dat je je onderwijs hierop moet afstemmen. Je begint ook geen Legoschool omdat kinderen het geweldig doen met blokken. Techniek is geen pure noodzaak in het onderwijs', aldus Walhout.

Bijlage 15 Hervorming FNV

In deze bijlage wordt kort uitleg gegeven over de hervormingen waar de FNV begin 2011 mee startte. Deze ontwikkeling speelt op de achtergrond een rol bij de positionering van CNV Onderwijs.

De FNV is sinds december 2011, nadat de vakbeweging in een bestuurscrisis raakten, bezig met het oprichten van een 'nieuwe vakbeweging'. Deze moet dicht bij de mensen en hun werk komen te staan. Zij hopen in de 'nieuwe vakbeweging' een oplossing te vinden voor de interne meningsverschillen en ongelijke machtsverhoudingen tussen de negentien FNV-bonden. (NRC 16 januari 2012) De negentien aangesloten bonden concludeerden dat de manier waarop zij belangen van werknemers vertegenwoordigen zijn beste tijd heeft gehad. De vakcentrale heeft ruim een miljoen euro uitgetrokken voor de hervorming. PvdA-Kamerlid Jetta Klijnsma kreeg in januari 2012 de opdracht om de commissie, die zichzelf de kwartiermakers noemen, te gaan leiden die de 'nieuwe vakbeweging' moeten oprichten. Echter blijkt deze poging te mislukken door de interne machtsstrijd, zo melden verschillende media. (Elsevier 24 maart 2012) Een aantal bij de FNV aangesloten bonden houdt dan zelfs rekening met een breuk in de vakcentrale zo melden onder andere Elsevier en NRC handelsblad op 24 maart.

Op 1 mei werden er nieuwe plannen gepresenteerd door de kwartiermakers om 'De Nieuwe Vakbeweging' (DNV) op te richten als opvolger van de Federatie Nederlandse Vakverenigingen (FNV). In deze 'nieuwe vakbeweging' heeft het lid het meer voor het zeggen. Zo wordt er op democratische wijzen door het lid het ledenparlement en de voorzitter gekozen. Echter wordt er door critici getwijfeld aan de nieuwe plannen. In het financieel dagblad van 2 mei wordt als volgt over het plan gesproken: 'Zwakke diagnose leidt tot curieus medicijn. Veel goede bedoelingen, weinig klare wijn. Dat is het eerste wat opvalt aan het werkstuk dat de kwartiermakers van De Nieuwe Vakbeweging gisteren, op 1 mei, hebben gepresenteerd.'



(Algemene Onderwijsbond. 18 november 2011)

Bijlage 17 Producten en diensten overzicht AOb

In het onderstaand schema, wat met behulp van Wouter Vletter is gemaakt, worden kort alle diensten genoemd die de AOb biedt per doelgroep. Ook wordt er per doelgroep de contributie genoemd die de AOb vraagt voor het lidmaatschap

AOb	Dienstverlening	Contributie bruto p/m
<i>Studenten</i>	• Eenmalig advies op het gebied van rechtsbijstand • Tweewekelijks Onderwijsblad	€0 voor twee jaar
<i>Starters uitgaande van startsalaris</i>	• Tweewekelijks Onderwijsblad • Zakelijke rechtsbijstandverzekering • Kortingen op trainingen/congressen/cursussen • Onderwijspas	€16,50 uitgaande van startsalaris volgens Nota Werken in het Onderwijs 2012
<i>Onderwijsgeevenden uitgaande van gemiddeld salaris</i>	• Tweewekelijks Onderwijsblad • Zakelijke rechtsbijstandverzekering • Kortingen op trainingen/congressen/cursussen • Onderwijspas	€17,50 uitgaande van gemiddelde salaris
<i>Medezeggenschapsraden</i>	• Juridische dienstverlening: vier uur gratis per abonnement jaar. Onbeperkte toegang tot eerstelijns informatie (MR-Helpdesk) • Tijdschrift Info.mr	PO €395 bruto per jaar VO €595 bruto per jaar
<i>Onderwijs Ondersteunend Personeel</i>	• Tweewekelijks Onderwijsblad • Zakelijke rechtsbijstandverzekering • Kortingen op trainingen/congressen/cursussen • Onderwijspas	Maximaal t/m schaal 8 €15,50 per maand Vanaf schaal 9 minimaal €16,00 per maand en hoger afhankelijk van inkomen
<i>Schoolleiders</i>	• Voor Schoolleiders is er geen aparte groep en/of dienstenpakket.	Uitgaande van het gemiddelde salaris komen zij allemaal in de hoogste contributieschaal €20,00 per maand.

<i>Pensioengerechtigden</i>	• Korting zorgverzekering • Zakelijke rechtsbijstand (voor zover noodzakelijk. • Korting voor dagjes uit etc • Belastingservice • ANBO Magazine Gepensioneerden vallen binnen de AOb onder ANBO vandaar een samenstelling van het dienstenpakket.	+/- €6,50 afhankelijk van hoogte van pensioen
<i>OR-leden</i>	• Een vaste AOb-contactpersoon voor de OR • Gratis deelname aan periodieke AOb platformbijeenkomsten. • Gratis intake bij alle maatwerktrainingen voor de OR; • Korting bij deelname aan jaarlijkse OR-conferentie; • het juridische naslagwerk 'inzicht in de ondernemingsraad', • Korting op advocaten	€ 195,- ex btw per jaar

Bijlage 18 Contributietabel AOb

In deze bijlage is de contributietabel van de AOb opgenomen. Hierop is precies af te lezen hoeveel een lid betaald voor het lidmaatschap van de AOb.

A. In het onderwijs werkende leden

Hiervoor worden verstaan: leden werkzaam in de 'bedrijfstak' onderwijs. Onder deze categorie vallen ook leden die in het buitenland werkzaam zijn aan scholen die door de Nederlandse overheid in stand worden gehouden. Tevens is deze contributieregeling van toepassing op leden die naast hun pensioen of uitkering inkomsten ontvangen uit een arbeidsovereenkomst. Grondslag voor deze contributieregeling is het totaal van het bruto-salaris en eventuele aanvullende (bruto)uitkeringen minus een eventuele korting wegens ziekte.

Opmerkingen

- Parttimers, tijdelijk aangestelden en invaliden zijn eveneens contributie verschuldigd volgens de regeling voor in het onderwijs werkende leden en wel naar de hoogte van het bruto-salaris in deeltijd.
- Bij wisselende inkomsten van leden (bijvoorbeeld vervangers) wordt de contributie in overleg met het lid voorlopig vastgesteld naar het geschatte salaris.

Contributietabel voor in het onderwijs werkende leden per 1 januari 2011

Bruto-inkomen	Contributie €
€ per maand	per jaar
0-800	72
800-850	78
850-900	84
900-950	90
950-1.000	96
1.000-1.050	102
1.050-1.100	108
1.100-1.150	114
1.150-1.200	120
1.200-1.250	126
1.250-1.300	132
1.300-1.350	138
1.350-1.400	144
1.400-1.500	150
1.500-1.600	156
1.600-1.700	162
1.700-1.800	168
1.800-1.900	174
1.900-2.000	180
2.000-2.100	186
2.100-2.200	192
2.200-2.300	198
2.300-2.400	204
2.400-2.500	210
2.500-2.600	216
2.600-2.700	222
2.700-2.800	228
2.800-2.900	234
2.900-3.000	240
3.000 en meer	246

Regeling teruggave vakbondcontributie

AOb-leden met een dienstverband in het onderwijs kunnen profiteren van de fiscale voordeeling vakbondcontributie als dat geregeld is in hun cao. Zie voor meer informatie www.aob.nl onder 'service voor leden'.

B. Uitkeringsgerechtigde leden

Deze regeling is van toepassing op leden die uitsluitend wachtgeld, een werkloosheids-, een ziekte- of een invaliditeitsuitkering na ontslag ontvangen en langer zijn dan 62 jaar. Leden die naast hun uitkering een salaris uit het onderwijs ontvangen vallen onder de contributieregeling voor in het onderwijs werkende leden (zie A). Voor de categorie uitkeringsgerechtigde leden geldt als grondslag voor de contributie de bruto-uitkering per maand.

Contributietabel uitkeringsgerechtigde leden per 1 januari 2011

Bruto-inkomen	Contributie €
€ per maand	per jaar
0-800	66
800-850	69
850-900	75
900-950	81
950-1.000	87
1.000-1.050	93
1.050-1.100	96
1.100-1.150	102
1.150-1.200	108
1.200-1.250	114
1.250-1.300	120
1.300-1.350	123
1.350-1.400	129
1.400-1.500	135
1.500-1.600	141
1.600-1.700	147
1.700-1.800	150
1.800-1.900	156
1.900-2.000	162
2.000-2.100	168
2.100-2.200	174
2.200-2.300	177
2.300-2.400	183
2.400-2.500	189
2.500-2.600	195
2.600-2.700	201
2.700-2.800	204
2.800-2.900	210
2.900-3.000	216
3.000 en meer	222

Als postactieve leden worden aangemerkt

- Leden met een oudedomspensioen, fpu-uitkering of vut-uitkering.
 - Uitkeringsgerechtigde leden van 62 jaar of ouder.
- Grondslag voor de contributie is het bruto-oudedomspensioen inclusief AOW-pensioen, dan wel voor de overige uitkeringen het bruto-bedrag per maand.
- Het AOB-olientpakket voor postactieve leden is kleiner dan het pakket voor werkende leden, zodat postactieve leden ten opzichte van werkende leden een korting genieten van circa 50 procent.

Opmerkingen

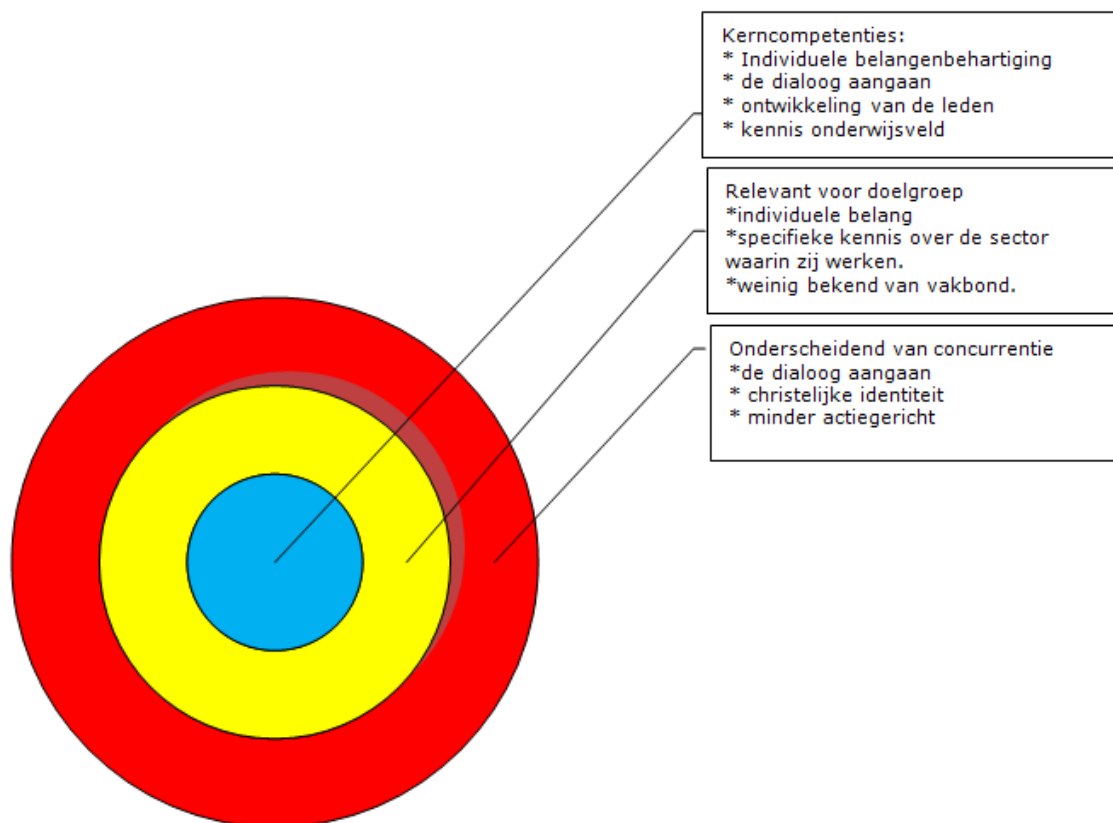
- Leden die naast hun pensioen, fpu- of vut-uitkering nog een salaris uit een betrekking ontvangen, vallen onder de contributieregeling voor werkende leden (zie A).
- Weduwen/weduwenaars zonder eigen pensioen vallen onder de contributieregeling voor leden zonder eigen inkomen (zie D).
- De tabel voor postactieven is ook van toepassing voor zzp'ers.

Contributietabel voor postactieve leden en zzp'ers per 1 januari 2011

Bruto-inkomen	Contributie €
€ per maand	per jaar
0-800	36
800-850	39
850-900	42
900-950	45
950-1.000	48
1.000-1.050	51
1.050-1.100	54
1.100-1.150	57
1.150-1.200	60
1.200-1.250	63
1.250-1.300	66
1.300-1.350	69
1.350-1.400	72
1.400-1.500	75
1.500-1.600	78
1.600-1.700	81
1.700-1.800	84
1.800-1.900	87
1.900-2.000	90
2.000-2.100	93
2.100-2.200	96
2.200-2.300	99
2.300-2.400	102
2.400-2.500	105
2.500-2.600	108
2.600-2.700	111
2.700-2.800	114
2.800-2.900	117
2.900-3.000	120
3.000 en meer	126

Bijlage 19 Onderzoeksresultaten weergegeven in een model

In het rapport wordt een conclusie gegeven van alle onderzoeksresultaten. Deze conclusies worden in onderstaand model weergegeven.



Bijlage 20 Planning

In onderstaand tijdsschema wordt de planning van de campagne getoond.

September 2012 - inlichting medewerkers - input vragen medewerkers	oktober 2012 - start onderzoeken - informering leden	november 2012 - evaluatie van de onderzoeken en informering leden - go no-go beslissing	december 2012 - verbeteringen website - 'mijn CNVO' uitbreiden - folder potentiële leden ontwikkelen - USB sticks ontwikkelen
januari 2013 - promotie van 'mijn CNVO' op Facebook - ontwikkeling cursussen	februari 2013 - contacten leggen schoolleiders	Maart 2013 - start informatiemiddagen en avonden - start gastlessen leraren opleidingen	April 2013 - evaluatie Facebook pagina met eventuele bijsturing - start cursussen
Mei 2013 - tussenevaluatie van campagne	Augustus 2013 - versturen van folders naar nieuwe leerkrachten	November 2013 - eindevaluatie doelstellingen campagne	

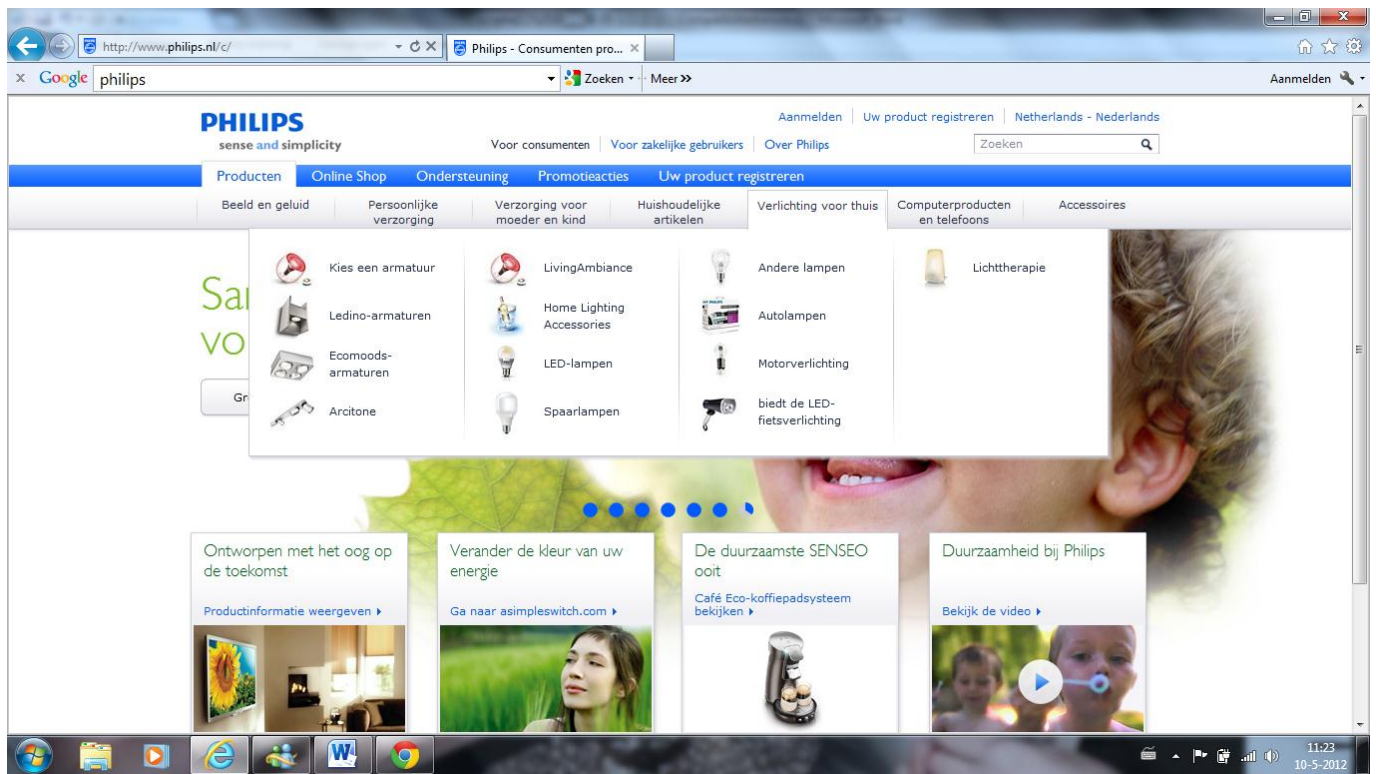
Bijlage 21 Kostenbegroting campagne

Hieronder wordt een kostenoverzicht getoond van de kosten voor de campagne. Alle bedragen zijn gebaseerd opgevraagde offertes. De bedragen zijn allemaal exclusief BTW.

Middelen	Kosten per eenheid	Totale kosten per middel
posters	Arbeidskosten designer 5 uur x €75 = €375,- Drukkosten 10.000 stuks x €0,05 = €500,-	€375,- €500,-
folders	Arbeidskosten intern 70 uur x €30 = €2100 Arbeidskosten designer 20 uur x €75 = €1500,- Drukkosten 20.000 x €0,11,- = €2200,-	€2100,- €1500,- €2200,-
aanbieden gratis cursus	Arbeidskosten 20 stuks x €300,- = €6000,-	€ 6000,-
USB sticks	Ontwikkelkosten 25.000 stuks x €3,- = €75.000,-	€ 75.000,-
Extra consulenten inhuren	Pro memorie	
		Totale kosten € 87675,-

Bijlage 22 Voorbeeld website Philips

Deze bijlage bevat een print screen van de website van Philips die gebruikt kan worden als inspiratie voor de website van CNV Onderwijs.



(Philips 20 mei 2012)