

Communicatieplan: Scholen voor morgen

versie 22 mei 2018, doorontwikkeling bestaande communicatieplan, vastgesteld in Coördinatiegroep van 1 juni 2018

Inleiding

De aanwezigheid van goed en modern onderwijs voor onze inwoners, als onderdeel een aantrekkelijke woonomgeving, is van groot belang. Deze voorzieningen staan onder druk als gevolg van een dalend leerlingenaantal, verouderde schoolgebouwen met soms aanzienlijke leegstand en gewijzigde regelgeving. Beide betrokken schoolbesturen, stichting de Mare (openbaar primair onderwijs) en stichting mijnplein (bijzonder primair onderwijs), hebben gezamenlijk scenario's beschreven. Deze scenario's moeten ervoor zorgen dat er ook voor de lange termijn kwalitatief goede, kansrijke, toekomstbestendige en betaalbare voorzieningen voor onderwijs en kinderopvang in onze gemeente voorhanden zijn. Hierbij hebben zij nadrukkelijk de samenwerking gezocht met de gemeente, de school voor voortgezet onderwijs de Capellenborg en kinderopvangorganisaties KOOS en de Bieënkorf (voorschoolse voorzieningen en buitenschoolse opvang). De afgewogen scenario's zijn beschreven in het rapport 'Naar een toekomstbestendig en passend onderwijsaanbod voor Salland'.

Doorontwikkeling communicatieplan en vervolg strategisch advies

Dit communicatieplan geeft de kaders voor het communiceren in het project Scholen voor Morgen richting de doelgroepen beschreven in het plan. Een volgende stap op strategisch niveau is het analyseren van de gevoeligheden en verbindingen die liggen tussen het project Scholen voor Morgen en onderwerpen waarop dit ook indirect of direct effect heeft zoals leefbaarheid, verkeer, sociale cohesie e.d. Datzelfde geldt voor het analyseren en helpen verbeteren van de communicatie tussen de verschillende 'interne' betrokkenen bij het project, zijnde de kant van het onderwijs en die van de gemeente.

Doel opdracht

Doordat de we in de kernen van de gemeente te maken hebben met relatief kleine scholen ontstaat een toename van de werkdruk waarmee het behoud van de kwaliteit van het onderwijs in het geding komt. Daarnaast kennen vele schoolgebouwen leegstand en is een deel van de schoolgebouwen verouderd. Concreet betekent dit dat meerdere schoolgebouwen niet meer passend zijn (te groot) en onderhoud aan leegstand kost geld. Geld dat bij passende schoolgebouwen geïnvesteerd kan worden in onderwijs: kwalitatief goed onderwijs. De scenario's kunnen ingrijpende gevolgen hebben, omdat wordt gekeken naar het clusteren van scholen op (nieuwe) locaties.

Per kern formuleren we een huisvestingsvariant dat voor de lange termijn de benodigde fysieke ruimte biedt voor kwalitatief goede, kansrijke, toekomstbestendige en betaalbare primair onderwijsvoorzieningen voor onze inwoners. Daarna volgt het bepalen van het benodigde krediet voor de realisatie van een toekomstbestendige voorziening voor onderwijs en opvang. Dit gaan we communiceren. Daarover gaat dit plan.

We hebben dus een gezamenlijk doel dat nagenoeg parallel loopt bij de gemeente en de schoolbesturen, daarom is gekozen voor een gezamenlijk communicatieplan.

Communicatie-analyse

Specifieke aandachtspunten:

- Ingewikkelde materie; onderliggende wet- en regelgeving is complex
- Bij iedere (communicatie)stap helder maken wie verantwoordelijk is (schoolbesturen/gemeente of gezamenlijk)
- Onderlinge afstemming moet altijd zichtbaar zijn
- Invulling onderzoek Boerhaar/De Bongerd
- Leefbaarheid/kleine kernen zonder basisschool
- Voorkomen 'gevoel' van grote school zonder identiteit
- Positie middelbare school Cappelenborg in Olst Wijhe
- Communicatie scholen (volgens planning)
- Nieuwe raad (na raadsverkiezingen)

Doel communicatie

We willen alle doelgroepen meenemen in ons verhaal. Dat houdt in dat zij op zijn minst op de hoogte moeten zijn van wat er gebeurt, staat te gebeuren en wat gebeurd is, welke keuzes zijn gemaakt en welke niet en waarom we hier gezamenlijk achter staan. Daarnaast willen we dat de doelgroepen betrokken zijn bij het traject. Dit is van belang voor zowel de publiekrechtelijke procedures (bestemmingsplan, vergunningen enz.), als voor de gekozen (innovatieve) onderwijsconcept(en) en samenhang met andere thema's (kinderopvang, sport, cultuur) en de besluitvorming daarover.

Communicatiedoelstelling

De doelgroepen informeren we heel actief over de status van het project (procescommunicatie). Dit is gericht om de kennis te vergroten en om het project levendig te houden. Maar het gaat verder dan dat. We willen de doelgroepen betrekken en juist in deze fase mee laten denken (participatie).

Communicatiedoelgroepen

We hebben het over doelgroepen, maar welke doelgroepen kent dit project en belangrijker nog... welke participatierol hebben zij?

Doelgroepen (deelname onderzoek)	Participatierol (advies en besluitvorming)
Schoolbesturen	beslissend
Gemeenteraad	beslissend
College van B&W	afhankelijk van type besluit/beslissend
Schooldirecties	adviserend/deelnemer
GMR	informerend/adviserend
Medezeggenschapsraden (MR)	adviserend op inhoud/formele instemmende rol
Medewerkers scholen	consulterend/informerend
BSO/ kinderopvang KOOS/Bieënkorf	informerend/adviserend/deelnemer
Medewerkers KOOS/Bieënkorf	informerend/adviserend/deelnemer
Overige aanbieders BSO/ kinderopvang	informerend/adviserend/deelnemer
Klankbordgroepen	informerend/consulterend/adviserend/deelnemer
Leerlingen	informerend/adviserend op schoolniveau
Ouders van leerlingen	informerend/consulterend/adviserend en deelnemer
Ouders van kinderen van 0 tot 4 jr.	informerend/adviserend/deelnemer
Plaatselijke Belangen in gemeente Olst Wijhe	Informerend/consulterend
Olst info	informerend
Gastvrij Wijhe	informerend
Directeur Ut Huus Olst-Wijhe	informerend
Ondernemersverenigingen Olst en Wijhe	informerend
Ketenpartners (o.a. GGD)	informerend/consulterend
Overige belanghebbenden	informerend
Inwoners	informerend
Pers	informerend

Communicatiestrategie

Hoe willen we onze communicatiedoel en – doelstelling behalen? Hier gaan we hieronder op in.

Routekaart

Het is een groots onderwerp met grote impact met een zeer breed scala aan doelgroepen, zowel binnen de organisaties als bij de inwoners. Dat vraagt om een gedegen aanpak, waarbij de routing van groot belang is. Als er een plan/voorstel is. Wie is dan aan zet en hoe loopt de route vervolgens? Daarom is er een routekaart opgesteld waarin duidelijk wordt hoe de communicatieroute verloopt, zo slaan we geen doelgroepen over en zijn er geen doelgroepen die we te vroeg of te laat informeren.

Aard van de communicatie

We willen de doelgroepen meenemen. Dat betekent dat we naast het tijdig, eerlijk en duidelijk communiceren ook reactie willen van diverse doelgroepen: interactief communiceren. De mate van interactiviteit verschilt per doelgroep, maar speelt overal wel een duidelijke rol. Juist omdat je de doelgroepen betrokken wilt houden en hun informatie mee wilt nemen. Luisteren, reageren, anticiperen zijn dan ook de kernwoorden voor participeren.

Er zullen altijd mensen voor of tegen blijven. Dat kunnen we met welke vorm van communicatie dan ook, niet voorkomen. Dit betekent dat de communicatie vanuit het project niet gericht is op het beïnvloeden van houding en gedrag, maar dat we er voor zorgen dat de doelgroepen over de benodigde informatie kunnen beschikken om op basis hiervan hun mening en houding te kunnen bepalen.

Aandachtspunt vormen de ouders die niet actief zijn. Hiervoor is niet de primaire doelstelling om hen in actie te krijgen, maar wel om ze goed te betrekken bij het besluitvormingsproces. Dit moeten we ook kunnen aantonen in het kader van de fusie effect rapportage. Daarnaast is het project gebaat bij de communicatie vanuit de ambassadeurs, de ouders die voorstander zijn.

Gevoel voor empathie > duiding geven

Dit traject kan voor bepaalde doelgroepen gevoelig liggen, dat betekent dat ernaast luisteren ook empathie getoond moet worden. Fouten moeten worden erkend, waaronder de wijze waarop in het voortraject is gecommuniceerd. Daarbij is het van groot belang dat we uitleggen wat we doen of niet hebben gedaan, waarom we het doen of juist niet: duiding geven dus. Maar ook aangeven dat we ook hun kant begrijpen (als dat het geval is). We mogen ons hierin best kwetsbaar opstellen, maar moeten wel achter onze keuzes blijven staan.

Eenduidig

De communicatie valt en staat met eenduidigheid vanuit de gemeente en de schoolbesturen. De genoemde partijen moeten dezelfde boodschap uitdragen en hierover eenduidig communiceren. Alleen dan kan dit plan slagen. Als hierin een kink in de kabel komt, heeft dit gevolgen voor dit gehele traject. Belangrijk hierbij is hoe we het project 'framen'. Een eenduidig uitgangspunt is hierbij belangrijk. Het project 'Onderwijs voor Morgen' gaat verder dan 'alleen' huisvesting en locaties. Onderwijsconcepten zijn minstens zo belangrijk voor toekomstbestendig onderwijs. Dit betekent dat alle partners in hun uitingen dit ook meenemen.

Scheiding politiek bestuurlijk en school bestuurlijk

We hebben een gezamenlijk doel dat nagenoeg parallel loopt bij de gemeente en de schoolbesturen, daarom is gekozen voor een gezamenlijk communicatieplan. Maar toch gaat de communicatie vanuit de politiek als vanuit de scholen over andere onderwerpen. Beide hebben daarin hun eigen onderwerpen en manier van communiceren.

Dat kan ook prima, zolang met elkaar meegekeken worden en er onderlinge afstemming plaatsvindt: niets de deur uit zonder commitment van beide partijen. Dit hangt nauw samen met eenduidigheid. Het zou dan ook helpen als in de externe communicatie de concept berichten worden gedeeld met de communicatieadviseur van het project Scholen voor Morgen. Deze moet met een helicopterview meekijken en helpen om de boodschap zo te framen (zie bovenstaand) dat het meehelpt aan het realiseren van onze gezamenlijke doelen.

Vanuit dezelfde vertrekpunten

Alle partijen moeten hetzelfde vertrekpunt hebben. Dat houdt in dat ze beide even ver zijn met op de communicatieplanning en zich daar strikt aan houden. Het kan niet zo zijn dat dit verschilt, hiermee komt de route in het gedrang en kunnen zich nare situaties voordoen waarbij sommigen wel en sommigen niet geïnformeerd zijn met alle gevolgen van dien. De routekaart helpt hierbij, maar het gaat ook gepaard met de communicatieplanning. Als deze niet gehaald wordt, dan moet die worden gemeld, zodat een oplossing gevonden kan worden en iedereen weer op hetzelfde punt staat.

Boodschap project Scholen voor Morgen Olst-Wijhe

Duurzame toekomstbestendige en betaalbare verbetering van de kwaliteit van het onderwijs als antwoord op de krimp.

Olst-Wijhe heeft te maken met krimp van het aantal leerlingen op scholen en dat zorgt ervoor dat de gebouwen niet meer passend zijn en ruimtes leegstaan. Daarnaast gaat het in Olst-Wijhe veelal om verouderde schoolgebouwen, waarvan sommigen aan vervanging toe zijn en tot slot staat de kwaliteit door toenemende werkdruk en geringe omvang van de scholen onder druk.

De beschikbare financiële middelen gaan momenteel in toenemende mate naar relatief duur onderhoud en leegstand in de gebouwen in plaats van naar het onderwijs. Door naar een gezamenlijke oplossing te kijken voor de korte, middellange en lange termijn om kwalitatief goede, kansrijke, toekomstbestendige, betaalbare voorzieningen te realiseren voor het onderwijs en opvang in Salland, kunnen de financiële middelen weer ingezet worden voor de essentie van iedere school: kwalitatief goed onderwijs binnen een acceptabele straal iedere kern/buurtschap. Verbetering van de kwaliteit van het onderwijs als antwoord op de krimp.

Vanuit bredere optiek is toekomstbestending onderwijs voor Olst-Wijhe eveneens van belang om een aantrekkelijke woon- en leefgemeente te blijven en 'ontgroening' tegen te gaan. Inwoners en potentiële nieuwe inwoners zijn steeds kritischer in het maken van woon- en leefkeuzes. Toekomstbestendige onderwijsvoorzieningen spelen een belangrijke rol in het maken van deze keuzes.

Gezamenlijke kernboodschap Scholen voor Morgen

De gezamenlijke kernboodschap is een samenvatting van de boodschap hierboven. Deze kernboodschap gebruiken we zoveel mogelijk in de communicatie-uitingen.

Kernboodschap

Met het project Scholen voor Morgen anticiperen de schoolbesturen in Olst-Wijhe samen met de gemeente op de consequenties van de teruglopende leerlingenaantallen. Samen met de ouders en toekomstige ouders van leerlingen, werken ze aan passende oplossingen. Met elkaar wordt ingestoken op toekomstbestendige, betaalbare onderwijsvoorzieningen en opvang voor kinderen van 0 – 16 jaar. Dit betekent dat ook de kinderopvang/peuterwerk en voortgezet onderwijs hierbij worden betrokken. www.scholenvoormorgen.org.

Communicatiemiddelen

- ***Bijeenkomsten voor ouders en/of inwoners***

Een belangrijk instrument in het project Scholen voor Morgen is ‘de bijeenkomst’ in welke vorm dan ook. Omdat het onderwerp vaak gevoelige kanten zal hebben is een zorgvuldige voorbereiding van belang. Daarom is er een checklist gemaakt als hulpmiddel voor het voorbereiden van avonden in het kader van het project Scholen voor Morgen. Een adequate voorbereiding helpt mee aan het ontwikkelen van draagvlak voor het proces. Met nadruk geven we hieraan ‘proces’. Op inhoud zullen er altijd voor- en tegenstanders blijven. Zie de bijlage voor de checklist.

- ***Eigen look & feel project Scholen voor Morgen***

Om in de communicatie duidelijk te maken dat het project Scholen voor Morgen overkoepelend is aan de schoolbesturen, gemeente en andere partners is het goed om een eigen look & feel te ontwikkelen. Dat hoeft niet een dure huisstijl te zijn, maar wel een eenduidige stijl die duidelijk maakt in één oogopslag dat de informatie afkomstig is van de gezamenlijke partijen die werken in het project. Hierbij moeten in ieder geval de logo's van Mijn Plein, de Mare en gemeente Olst-Wijhe zichtbaar worden. Dit wordt dan gebruikt voor de website, nieuwsbrief en correspondentie. De stijl zou in ieder geval moeten uitstralen dat het om kinderen gaat.

- ***Website ‘www.scholenvoormorgen.org’***

- Kern van de communicatie; centraal communicatiepunt schoolbesturen en gemeente
- Nieuwsberichten
- Verslagen (alleen actiepunten en geen namen, i.v.m. veiligheid)
- Documenten

Deze site aanpassen aan nieuwe look & feel project.

- ***Social media***

Er wordt niet een eigen Facebookpagina opgezet voor Scholen voor Morgen. Dit omdat interactie via FB heel veel inzet vraagt en het tegelijk niet nodig is om de communicatiedoelstellingen te bereiken (informerend). We gaan wel de FB-pagina's van de scholen volgen om te monitoren wat er gedeeld wordt m.b.t. het project.

- **Pers**

De leden van de communicatiewerkgroep sturen berichten uit de media die betrekking hebben op Scholen voor Morgen door aan de communicatieadviseur van de projectorganisatie. Deze laatste beoordeelt of berichten om reactie vragen.

Daarnaast is de lijn dat bij benadering door de media in eerste instantie wordt doorverwezen naar de communicatieadviseur van het project. In ieder geval nooit 'vers van de lever' een reactie geven. Altijd tijd nemen om de reactie goed voor te bereiden.

- **Nieuwsbrief vanuit het project**

Een maal per maand verschijnt een nieuwsbrief. Deze wordt vanaf de editie van mei 2018 niet meer via een pdf in mail of mailchimp verzonden maar via een mail met een link naar de nieuwsbrief op de website.

- **Digitale nieuwsberichten / Mailberichten**

Bijlage: checklist organiseren bijeenkomsten

Bijlage

Checklist / leidraad voorbereiding organisatie bijeenkomsten in het kader van Scholen voor morgen Mei 2018

Waarom deze checklist/leidraad?

Deze checklist/leidraad is een hulpmiddel voor het voorbereiden van avonden in het kader van het project Scholen voor Morgen of voor bijeenkomsten die qua inhoud een relatie hebben met Scholen voor Morgen.

Een zorgvuldige voorbereiding van bijeenkomsten helpt mee aan het ontwikkelen van draagvlak voor het proces. Met nadruk geven we hieraan 'proces'. Op inhoud zullen er altijd voor- en tegenstanders blijven. Het is goed om ons dit te realiseren en als zodanig is dit ook in het communicatieplan vermeld.

- Doel / impact avond bespreken
 - Wat is het doel van de projectorganisatie/organisatoren van de bijeenkomst
 - Wat denken we wat genodigden (doelgroep) verwachten van de bijeenkomst
 - Indien dit niet 'strookt' met elkaar extra aandacht voor de informatie in de uitnodiging
 - Wat verwachten we qua opkomst
 - Wat verwachten we qua emoties c.q. commotie, hierop anticiperen in de opzet/vorm van de avond
 - Hoeveel tijd is er nodig om de avond goed te laten verlopen/alles aspecten aan bod te laten komen
 - Verslaglegging
- Uitnodiging op tijd versturen naar genodigden/doelgroep
 - Aard bijeenkomst en doel bijeenkomst goed verwoorden/verwachtingenmanagement
 - Uitnodiging minimaal twee weken van tevoren verzenden
- Locatie bepalen
 - zo mogelijk in de omgeving van waar doelgroep zich bevindt
 - inrichting zaal, afhankelijk van aard bijeenkomst, in het algemeen de zaal zo inrichten dat er 'geen afstand' ontstaat
 - catering
 - geluid, meerdere microfoons zodat vragen stellen soepel kan verlopen
- Programma opstellen
 - presentaties
 - interactie/gelegenheid tot vragen stellen
 - voorzitter/ bepalen of onafhankelijke voorzitter gewenst is of dat dit niet nodig is (onafhankelijke voorzitter kan handig zijn bij gevoelige onderwerpen en/of te verwachten weerstanden)
 - aan begin van avond nog weer keer doel bijeenkomst aangeven
 - aangeven of er een verslag van wordt gemaakt en hoe men dat krijgt
- Wie aanwezig vanuit projectgroep/werkgroepen e.d.
 - aanwezigheid en rol bepalen
- Rekening houden met 'bijvangst'
 - faciliteren dat er ruimte is om opmerkingen/vragen kwijt te kunnen die niet direct van toepassing zijn op het onderwerp van de bijeenkomst. Ondanks verwachtingenmanagement is niet te voorkomen dat mensen hun 'andere' vragen ook willen stellen.
- Terugkoppeling na bijeenkomst bepalen
 - via bericht website
 - via nieuwsbrief
 - of op andere wijze

Tijdens bijeenkomst zelf goed de vinger aan de pols houden met betrekking tot het verloop van de avond. Flexibel zijn en indien nodig schakelen in de opzet van de bijeenkomst als dat het eindresultaat ten goede komt.