

HØRINGSSVAR

Gode skoler - Køges fremtid

Skolebestyrelsen på Vemmedrupskolen har med interesse kæmpet sig gennem udkastet til en præsentation af visionen for Køge Kommunes folkeskoler samt de enkelte skoler.

Det er glædeligt, at Køge Kommune vælger at synliggøre kommunens skoler, som et positivt bidrag til at sikre befolkningstilvækst og løfte kommunes image som andet end blot en erhvervsvenlig kommune, men også en kommune med ambitioner og visioner for børnefamilierne.

Vi stiller os dog samtidig yderst kritisk over for både kommunikationen og formatet.

Mens det er vigtigt at præsentere en klar vision og høje ambitioner, så handler effektiv kommunikation og markedsføring ikke alene om, hvad man siger, men om nogen lytter og hvad de hører/ser.

Det efterlader stor undren hos os, at man derfor både vælger et format, der på ingen måder afspejler en moderne måde at kommunikere på. Hvor er den kreative, digitale og visuelle tilgang til opgaven?

Når Køge Kommune vælger at profilere sig på sine skoler, så handler det ikke kun om det, der siges, men også måden det siges på. Indpakning er også kommunikation og markedsføring, lige så vel som valget af kanaler signalerer, hvor kommunen befinder sig i sit møde med verden.

Når der indledes med at "Alle børn og unge skal have en god ballast til at fungere i det 21. århundrede", så bør tilgangen til en præsentation også afspejle, at den er mindst på omgangshøjde med det 21. århundrede. Teksttunge, trykte materialer skabt i gammeldags kommunale tekstskabeloner er IKKE et udtryk for en moderne tilgang.

Skolebestyrelsen på Vemmedrupskolen stiller sig også undrende over for den konkrete tilgang til indholdet. Der er valgt rigtigt mange ord til at fortælle om visionerne for skolerne, undervisningen og kommunens ambitioner. Det lyder godt og flot, men er det skrevet for kommunens egen skyld eller for kommende forældre og elevers skyld? Det meste vil fejle i en "ikke-test", hvor man ikke kan finde en eneste, der vil sige det modsatte. Faktisk er indholdet langt henad vejen identisk med budskaberne fra kommuner over hele landet. Dermed misser man fuldstændigt muligheden for at skille sig ud.

Når indhold ikke skiller sig ud, er meget langt, skrevet i en indforstået jargon og med et højt lixtal, så falder målgruppen fra.

Hvad mener man eksempelvis med "Skolerne anvender datainformeret skole-ledelse"? Og gør det en forskel for kommende forældres beslutning? Vi tvivler.

Mange forældre vil simpelthen ikke komme længere end til indledningen, og skulle de holde ud og nå til de efterfølgende sider, så vil de overveje, hvorvidt det var investeringen (tiden) værd. Der mangler simpelthen en forståelse for, hvad der skaber interesse og værdi hos kommende forældre og elever i deres valg af først kommune at slå sig ned i og derefter skole at sende sit barn i.

Når man kommer om til præsentationen af de enkelte skoler, så bærer det tydeligt præg af, at der har været givet frihed til den enkelte skole til at sætte ord på. Det kan være en rigtig fin idé, men præmissen har muligvis været uklar. Handler det om at retfærdiggøre sin eksistens i forhold til forvaltningen eller tiltrække børnefamilier. Resultatet er blevet hverken-eller; et sprogbrug, der

normalt bruges internt i skoleverdenen/skoleforvaltningen, ligesom der forfalder til fremhævelse af visioner på bekostning af konkret, oplevet værdi.

I skolebestyrelsen på Vemmedrupskolen sidder vi tilbage med en fornemmelse af, at kataloget har handlet om at sætte flueben på en kommunal opgaveliste og ikke skabt med en ambition om at skabe reel merværdi hos målgruppen og gøre kommunens skoler til en aktiv del af bestræbelserne på at tiltrække flere børnefamilier til kommunen. En god tommelfingerregel er at tænke "udefra og ind" i stedet for "indefra og ud" i kommunikation, hvor det her i høj grad bærer præg af sidstnævnte.

Vil kommunen ramme forældre og børn og samtidig slå en streg under en ambitiøs skolepolitik og et udbud af ganske forskellige folkeskoler med differentierede tilbud, så skal det afspejles i kommunikation og markedsføring.

En tilflytning og et skolevalg vælges ikke på baggrund af en vision for skolegang. Det handler ikke kun om den fagligt reelle værdi, men i mindst lige så høj grad om den oplevede værdi. Om kvaliteten hos lærerne, rammerne for undervisningen, sociale relationer, mennesker og hverdagen, som visionerne udledes i. Det skal kunne mærkes.

Det er skolebestyrelsen på Vemmedrupskolens vurdering, at mens intentionen er god, så er udførelsen desværre et misset potentiale, hvor effekten vil være minimal og det derfor ikke er blevet en positiv investering, men et spild af ressourcer.

På vegne af skolebestyrelsen på Vemmedrupskolen

Julie Rydahl, formand

Michael Winther-Rasmussen, næstformand