

Afstudeeropdracht

Almeerse Scholen Groep

Marketingcommunicatieplan: Ieder zijn eigen ding

Fontys Economische Hogeschool te Tilburg
Major Communicatie



4 juni 2009

Afstudeerorganisatie

Almeerse Scholen Groep
Louis Armstrongweg 120
1311 RL Almere

Afstudeerperiode

12 januari 2009 – 5 juni 2009

Afstudeerders

Alain Hong - 2099204
Kim Leeftink - 2103121

Bedrijfsbegeleider Almeerse Scholen Groep

Wendy Oorthuis, consultant
communicatie

Afstudeerbegeleiders FEHT

1^e begeleider: Ellen van
Kuppenveld
2^e begeleider: Thijs Laboyrie

Voorwoord

Dit verslag is geschreven in het kader van een afstudeeropdracht voor de Almeerse Scholen Groep, als onderdeel van het afstudeertraject aan de opleiding Communicatie aan de Fontys Economische Hogeschool te Tilburg.

De afstudeeropdracht houdt een marketingcommunicatieplan in met betrekking tot een drietal scholen voor het primair onderwijs van de Almeerse Scholen Groep. Dit verslag is het onderzoeks- en adviesplan.

In dit onderzoeks- en adviesplan wordt de uitvoering van de afstudeeropdracht voor de Almeerse Scholen Groep uitvoerig beschreven.

Hierbij willen wij graag Wendy Oorthuis, consultant communicatie, en Angela Molijn, medewerker communicatie, van de Almeerse Scholen Groep, bedanken voor het bieden van de mogelijkheid tot het uitvoeren van een afstudeeropdracht en de bijdragen die zij hebben geleverd aan het onderzoek. Graag bedanken wij ook Ellen van Kuppenveld en Thijs Laboyrie, onze expert docenten, voor de feedback en begeleiding bij het onderzoek en het opstellen van de producten.

Alain Hong
Kim Leeftink

Management summary

‘Hoe kan met behulp van een marketingcommunicatieplan een drietal aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep duidelijk worden gepositioneerd, zodat de concurrentiestrijd wordt verminderd en hoe moeten ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen worden aangetrokken?’

Deze vraagstelling staat centraal tijdens het afstudeerproject die binnen de Almeerse Scholen Groep is uitgevoerd. De Almeerse Scholengroep is een onderwijsbestuur in Almere, bestaande uit drie stichtingen: stichting ASG, stichting ABVO Flevoland en stichting Entrada. Deze drie stichtingen beheren samen 52 basisscholen en acht scholen voor het voortgezet onderwijs. Met circa 2500 medewerkers in dienst is de Almeerse Scholen Groep de grootste werkgever van de provincie Flevoland.

Binnen de Almeerse Scholen Groep is onderzoek gedaan naar de marketingcommunicatie van drie scholen voor het primair onderwijs in de Bouwmeesterbuurt in het stadsdeel Almere Buiten: de Piramide, de Manse en de Trinoom. De volgende hoogtepunten zijn naar boven gekomen.

PO de Piramide

De sterke kanten

PO de Piramide biedt goede onderwijskwaliteit en heeft daarom het vertrouwen van de onderwijsinspectie. Daarnaast vindt er goede interactie/ feedback plaats tussen de medewerkers van de basisschool en de ouders/ verzorgers. Ook maakt PO de Piramide goed gebruik van de communicatiemiddelen en benutten zij de mogelijkheid tot free publicity.

De zwakke kanten

Gedurende de afgelopen vijf schooljaren is het aantal leerlingen afgenomen met ca. 13%. Ook is de gemiddelde CITO-score gedaald. Daarnaast werd na het onderzoek duidelijk dat PO de Piramide geen budget voor communicatie heeft alsmede een communicatiebeleid, wat een belangrijk onderdeel is voor de basisschool.

PO de Manse

De sterke kanten

De gemiddelde CITO-score van PO de Manse is de afgelopen schooljaren toegenomen, wat wijst op een verbeterd onderwijskwaliteit. Daarnaast werkt de Manse goed aan planmatige verbetertrajecten. Zowel het onderwijskwaliteit als de feedback/ interactie met ouders/ verzorgers verbetert. Dit geeft aan dat de Manse de kwaliteit van haar school verbeterd. Ook hebben de ouders/ verzorgers aangegeven dat PO de Manse goede individuele aandacht schenken aan de leerlingen.

De zwakke kanten

De leerlingpopulatie op kenmerkt zich door een flinke terugval (ca. 35% tussen 2002 en 2008). Daarnaast zorgt de Manse onvoldoende voor sociale veiligheid voor zowel het personeel als de leerlingen. Ook de Manse heeft geen communicatiebudget en –beleid.

PO de Trinoom

De sterke kanten

Het belangstellingspercentage is tussen de schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 toegenomen met 13%. Dit komt volgens de directie door een toename van mond-tot-mond reclame en het organiseren van open dagen. Ook zijn de afgelopen schooljaren de CITO-scores toegenomen. Dit wijst op een verbeterd onderwijskwaliteit. Daarnaast kan geconcludeerd worden dat de Trinoom maakt goed gebruik van de huidige (beschikbare) communicatiemiddelen.

De zwakke kanten

Volgens de onderwijsinspectie waarborgt de basisschool onvoldoende sociale veiligheid voor haar leerlingen en personeel. Dit zorgt voor een negatief imago voor de school. Daarnaast is er weinig samenwerking met andere PO scholen. Ook PO de Trinoom heeft geen communicatiebudget alsmede een communicatiebeleid. Er worden verschillende communicatiemiddelen ingezet met een bepaald doel, maar er staat niets concreet vast.

Kansen

- ⌘ De basisscholen doen nauwelijks aan free publicity. Voor organisaties die niet veel budget tot hun beschikking hebben is dit echter wel belangrijk en dit is een kans die de basisscholen kunnen nemen;
- ⌘ PO de Manse wordt gezien als een echte buurtschool en hoort dit ook uit te stralen;
- ⌘ PO de Piramide heeft een goed imago bij de ouders/ verzorgers en wordt gezien als '*Klein, gezellig, communicatief, interactief, goed onderwijs en sfeervol*';
- ⌘ PO de Trinoom is de enige Montessorischool in Almere Buiten.

Bedreigingen

- ⌘ De betekenis van het Montessorionderwijs is niet duidelijk bij ouders/ verzorgers;
- ⌘ PO de Manse staat bekend als een basisschool met een negatief imago;

Na aanleiding van het onderzoek zijn aanbevelingen geformuleerd voor de positionering en communicatiebeleid van de drie scholen voor het primair onderwijs. De belangrijkste aanbevelingen worden hieronder genoemd.

Culture

De (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk zien PO de Piramide als een openbare basisschool met de volgende kernwaarden/begrippen:

- ⌘ Zijn we zuinig op onze spullen;
- ⌘ Houden we rekening met elkaar en zijn we beleefd;
- ⌘ Helpen we elkaar;
- ⌘ Komen we om te leren.

De (potentiële) ouders van kinderen in de wijk zien PO de Manse als een openbare basisschool met de volgende kernwaarden/ begrippen:

- ⌘ Een echte buurtschool;
- ⌘ Interactief en betrokken met de ouders en leerlingen;

PO de Trinoom moet afspiegeling zijn van een samenleving waarin samenwerking, solidariteit en gelijkwaardigheid belangrijke waarden zijn.

Core competencies

PO de Piramide

- ⌘ Goede onderwijskwaliteit;
- ⌘ Goede interpersoonlijke communicatie met zowel de leerlingen als de ouders/ verzorgers;

PO de Manse

- ⌘ Goede interactiviteit en feedback met ouders/ verzorgers;
- ⌘ PO de Manse is een echte buurtschool (en wordt zo ook gezien door de ouders/ verzorgers)

PO de Trinoom

- ⌘ PO de Trinoom is de enige Montessorischool in Almere Buiten

Customers and Stakeholders

In de volgende behoeften van de (potentiële) ouders/ verzorgers zal moeten worden voorzien:

- ⌘ Goede kwaliteit onderwijs;
- ⌘ Een sociale en veilige (leer)omgeving;
- ⌘ Voldoende interactie/ feedback met de leerkrachten en andere medewerkers van de primair onderwijscholen;
- ⌘ Tijdige communicatie van de primair onderwijscholen naar de ouders/ verzorgers.

Changes in the environment

Met het oog op de veranderingen in de communicatie is het voor de primair onderwijscholen belangrijk om rekening te houden met een belangrijke verandering binnen de communicatie: de digitalisering van de samenleving.

Door de communicatie af te stemmen op de digitalisering van de samenleving wordt voorkomen dat ouders/ verzorgers en potentiële ouders/ kinderen in de wijk belangrijke informatie missen, die nu nog niet digitaal gecommuniceerd worden.

Competition

Uit het onderzoek is gebleken dat de primair onderwijscholen elkaar niet zien als concurrentie. Het is dan ook niet van belang om een positionering t.o.v. de concurrentie op te stellen, gezien de scholen zich alleen richten op de ouders/ verzorgers en potentiële ouders/ kinderen in de wijk. Het is echter wel belangrijk dat de primair onderwijscholen de kerncompetenties en cultuur goed communiceren naar de stakeholders, zodat de stakeholders duidelijk weten wat de onderscheidende factoren zijn van de primair onderwijscholen ten opzichte van elkaar.

Communicatiebeleid

Het communicatiebeleid voor de drie basisscholen heeft als uitgangspunt het uitstralen van de positionering.

Voor PO de Piramide is gekozen voor de volgende slogan:

‘Samen leren, samen leven’

Voor PO de Manse is gekozen voor de volgende slogan:

‘Dicht bij elkaar en van elkaar leren’

Voor PO de Trinoom is gekozen voor de volgende slogan:

‘De enige Montessorischool in Almere Buiten’

Uit het onderzoek is gebleken dat de PO scholen geen groot budget hebben om te gebruiken voor de communicatie. In de middelenmix en creatieve ontwikkeling is hiermee rekening gehouden.

De communicatiemiddelen die gebruikt moeten worden zijn ingedeeld in strategische en operationele communicatiemiddelen. Voorbeelden van deze communicatiemiddelen zijn: brochures, buitenreclame, e-mail, open dagen, maar ook uitbreiding van de huidige websites van de basisscholen met downloadable content, fora en dergelijke.

In al deze communicatiemiddelen moet de positionering en de profilering van de basisscholen goed naar voren komen, zodat de boodschap die de basisscholen willen overbrengen ook daadwerkelijk goed overkomt, waardoor het imago van de basisscholen zal verbeteren alsmede het aantal aanmeldingen.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	2
MANAGEMENT SUMMARY	3
INHOUDSOPGAVE	7
INLEIDING	11
1.1 DE OPDRACHT	11
1.2 DE ORIËNTATIEFASE	12
1.2.1 De organisatie	12
1.3 DE PROBLEEMSTELLING	17
1.3.1 De toelichting op de probleemstelling.....	17
1.3.2 De randvoorwaarden	18
1.4 DE ONDERZOEKSOPZET	19
1.4.1 De onderzoeksdoelstellingen.....	19
1.4.2 De onderzoeksdeelvragen	19
1.4.3 De onderzoeksmethoden.....	20
1.4.4 De koppeling tussen de onderzoeksmethoden en de onderzoeksdeelvragen	22
1.5 DE SAMENHANG MET OVERIGE HOOFDSTUKKEN	24
2 INTERNE ANALYSE.....	26
2.1 GEOGRAFIE, BELANGSTELLINGSPERCENTAGES, LEERLINGENAANTAL EN LEERLINGGEWICHT PO'S BOUWMEESTERBUURT	26
2.1.1 Geografie.....	26
2.1.2 Belangstellingspercentages.....	26
2.1.3 Leerlinggewicht	27
2.2 PO DE MANSE.....	28
2.2.1 Organisatie.....	28
2.2.2 Onderwijs	28
2.2.3 Kerncijfers school.....	28
2.2.4 Kerncijfers kwaliteit.....	29
2.3 PO DE TRINOOM	29
2.3.1 Organisatie.....	29
2.3.2 Het onderwijs	29
2.3.3 Kerncijfers school.....	30
2.3.4 Kerncijfers kwaliteit.....	31
2.4 PO DE PIRAMIDE	31
2.4.1 Organisatie.....	31
2.4.2 Onderwijs	31
2.4.3 Kerncijfers school.....	32
2.4.4 Kerncijfers kwaliteit.....	32
2.5 KWALITATIEF (VELD)ONDERZOEK	33
2.5.1 Diepte-interview PO de Piramide	33
2.5.2 Diepte-interview PO de Manse.....	34
2.5.3 Diepte-interview PO de Trinoom	35
3 EXTERNE ANALYSE	37
3.1 DESTEP-ANALYSE	37

3.1.1	Demografisch	37
3.1.2	Economisch.....	38
3.1.3	Sociaal-Cultureel.....	40
3.1.4	Technologisch.....	42
3.1.5	Ecologisch.....	42
3.1.6	Politiek-Juridisch.....	43
3.2	KWALITATIEF (VELD)ONDERZOEK	43
3.2.1	Groepsgesprekken.....	43
4	SWOT-ANALYSE.....	47
4.1	STRENGTHS & WEAKNESSES PO DE PIRAMIDE	47
4.1.1	Strengths	47
4.1.2	Weaknesses.....	47
4.2	STRENGTHS & WEAKNESSES PO DE MANSE	48
4.2.1	Strengths	48
4.2.2	Weaknesses.....	48
4.3	STRENGTHS & WEAKNESSES PO DE TRINOOM.....	49
4.3.1	Strengths	49
4.3.2	Weaknesses.....	49
4.4	OPPORTUNITIES & THREATS PO'S	50
4.4.1	Opportunities	50
4.4.2	Threats	51
5	CONFRONTATIEMATRIX	53
5.1	PO DE PIRAMIDE	53
5.2	PO DE MANSE.....	55
5.3	PO DE TRINOOM	57
6	STRATEGISCHE OPTIES.....	59
6.1	PO DE PIRAMIDE	59
6.1.1	Het duidelijk profileren van de school in de Bouwmeesterbuurt.....	59
6.1.2	Het creëren van een communicatiebeleid.....	59
6.2	PO DE MANSE.....	59
6.2.1	Profileren van PO de Manse als echte buurtschool.....	59
6.2.2	Het creëren van een communicatiebeleid.....	60
6.3	PO DE TRINOOM	60
6.3.1	Het creëren van een communicatiebeleid.....	60
7	MARKETINGCOMMUNICATIEPLAN	62
7.1	ONDERZOEK NAAR CONSUMENT EN PRODUCT	62
7.1.1	De belangrijkste eigenschappen en voordelen.....	62
7.1.2	Concurrentie.....	62
7.2	MARKETINGCOMMUNICATIEDOELGROEP	63
7.2.1	Primair.....	63
7.2.2	Secundair.....	63
7.2.3	Intermediair.....	63
7.3	MARKETINGCOMMUNICATIEDOELSTELLINGEN	63
7.3.1	PO de Piramide.....	64
7.3.2	PO de Manse	64

7.3.3	PO de Trinoom.....	65
7.4	MARKETINGCOMMUNICATIESTRATEGIE.....	66
7.4.1	Positionering volgens het Six-C model.....	66
7.4.2	Culture.....	66
7.4.3	Core competencies.....	69
7.4.4	Customers and stakeholders.....	70
7.4.5	Changes in the environment.....	72
7.4.6	Competition.....	73
7.4.7	Propositie.....	73
7.5	KEUZE MARKETINGCOMMUNICATIEMIX.....	74
7.6	MEDIAKEUZE.....	75
7.6.1	Interne communicatiemiddelen.....	75
7.6.2	Externe strategische communicatiemiddelen.....	76
7.6.3	Operationele communicatiemiddelen.....	78
7.7	MARKETINGCOMMUNICATIEBUDGET.....	81
AANBEVELINGEN.....		83
8	NOTEN.....	85
9	TABELLEN- EN FIGURENREGISTER.....	86
LITERATUURLIJST.....		89
	LITERATUURVERWIJZINGEN BOEKEN.....	89
	LITERATUURVERWIJZINGEN INTERNETPAGINA'S.....	89
	LITERATUURVERWIJZINGEN OVERIG.....	89
INDEX.....		90
BIJLAGEN.....		91
BIJLAGE 1: DE TOELICHTING OP DE OPDRACHT VAN DE ALMEERSE SCHOLEN GROEP.....		92
BIJLAGE 2: DE BRANCHESTUDIE.....		95
	<i>Leerlingen en studenten</i>	102
	<i>Onderwijsinstellingen</i>	104
	<i>Onderwijsvormen</i>	107
	<i>Onderwijskwaliteit</i>	116
	<i>Soortgelijke organisaties</i>	121
BIJLAGE 3: DE AANVULLING OP DE ORGANISATIE.....		129
	<i>Het onderwijsaanbod</i>	129
	<i>De medezeggenschap</i>	130
	<i>Managementstijl</i>	130
BIJLAGE 4: DE UITBREIDING VAN DE ONDERZOEKSMETHODEN.....		131
	<i>Bureauonderzoek</i>	131
	<i>Kwalitatief (veld)onderzoek</i>	131
	<i>Survey</i>	133
BIJLAGE 5: MODEL EN PLANVORM.....		135
	<i>Het model</i>	135
	<i>De Planvorm</i>	139
	<i>Toelichting planvorm</i>	140
	<i>Tien Stappen Plan</i>	142
BIJLAGE 6: DE AANVULLING OP HET ONDERZOEK (INTERNE EN EXTERNE ANALYSE).....		146

INTERNE ANALYSE	146
<i>Belangstellingspercentages</i>	146
<i>Leerlinggewicht</i>	146
<i>PO de Manse - Organisatie</i>	148
<i>PO de Manse - Kerncijfers school</i>	149
<i>PO de Manse - Kerncijfers kwaliteit</i>	153
<i>PO de Trinoom - Organisatie</i>	156
<i>PO de Trinoom - Kerncijfers school</i>	157
<i>PO de Trinoom - Kerncijfers kwaliteit</i>	163
<i>De Piramide - Organisatie</i>	165
<i>De Piramide - Kerncijfers school</i>	166
<i>De Piramide - Kerncijfers kwaliteit</i>	171
<i>Kwalitatief (veld)onderzoek</i>	173
EXTERNE ANALYSE.....	181
<i>DESTEP-analyse</i>	181
<i>Kwalitatief (veld)onderzoek</i>	204
BIJLAGE 7: COMMUNICATIEPLAN - MEDIA-OVERZICHT	212
BIJLAGE 8: VERKLARING EIGEN WERK.....	244
BIJLAGE 9: TIEN STAPPEN PLAN MASTERPLAN.....	245

Inleiding

In dit hoofdstuk komt allereerst een beschrijving van de opdracht aan bod. Daarna komt de oriëntatiefase aan bod, bestaande uit een branchestudie en organisatiebeschrijving. Vervolgens wordt de probleemstelling weergegeven. Daarna volgt de onderzoeksopzet, bestaande uit de onderzoeksdoelstellingen, -deelvragen en -methoden. Tot slot wordt een samenhang met de overige hoofdstukken in deze scriptie weergegeven.

1.1 De opdracht

De opdrachtgever, de Almeerse Scholen Groep, is een zelfstandige stichting. Onder deze stichting valt een groot aantal van de basisscholen en scholen voor het voortgezet onderwijs binnen Almere. Een drietal scholen voor het primair onderwijs heeft te maken met een terugloop in aanmeldingen en heeft moeite met het aantrekken van (nieuwe) leerlingen.

Deze scholen beconcurreren elkaar, maar eigenlijk zouden ze moeten kijken naar hun onderscheidende factor, zodat zij hun krachten kunnen bundelen.

De drie scholen voor het primair onderwijs zijn divers in hun positionering, echter wordt dit nog niet goed door de scholen uitgedragen. Er moet voor elke school een goede positionering worden gemaakt. Dit kan door met scholen in gesprek te gaan en een marketingcommunicatieplan voor de scholen op te stellen. De scholen moeten aantrekkelijk worden voor de ouder(s)/ verzorger(s) en de leerlingen.

De vraag is op welke manier bij diverse scholen zoveel mogelijk ouders en leerlingen kunnen worden bereikt of worden aangetrokken met (in principe) zo min mogelijk middelen. De scholen hebben over het algemeen relatief weinig middelen ter beschikking.

De Almeerse Scholen Groep heeft aangegeven dat de drie scholen voor het primair onderwijs zich moeten profileren, zodat zij elkaar niet meer beconcurreren en aantrekkelijker worden voor ouder(s)/ verzorger(s) van nieuwe leerlingen.

Omdat het om de profilering van drie basisscholen gaat, kan het probleem/de opdracht gekwalificeerd worden als een communicatieprobleem.

Er moet namelijk worden onderzocht op welke manier voor een drietal scholen voor het primair onderwijs nieuwe leerlingen geworven kunnen worden evenals het creëren van een eigen identiteit, een imago en een positionering voor deze drie scholen.

Wat zouden deze scholen moeten bieden en hoe moeten zij zich positioneren om de scholen voor ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen aantrekkelijk te maken en waardoor de concurrentiestrijd afneemt? Hierbij wordt gekeken naar de sterke en zwakke punten van het drietal scholen én naar de kansen en bedreigingen voor deze scholen, zodat kan worden bepaald wat de beste positionering voor deze scholen voor primair onderwijs is.

Daarnaast moet worden onderzocht welke middelen hiervoor ingezet kunnen worden, rekening houdend met een (beperkt) budget, waardoor onderzoek moet worden gedaan naar creatieve oplossingen.

Dit probleem vereist dus een communicatieve aanpak en oplossing en heeft betrekking op de marketingcommunicatie.

Een uitgebreide toelichting is te vinden in Bijlage 1

1.2 De oriëntatiefase

Hieronder komt de oriëntatiefase aan bod. De oriëntatiefase bestaat uit twee onderdelen: een branchestudie en een beschrijving van de organisatie.

1.2.1 De organisatie

Openbaar Onderwijs Almere is per 1 januari 2008 een zelfstandige stichting geworden onder de naam: Almeerse Scholen Groep (ASG).

De Almeerse Scholen Groep is een onderwijsbestuur dat sinds 1 januari 2009 bestaat uit drie stichtingen; stichting ASG, stichting ABVO Flevoland en stichting Entrada. Deze drie stichtingen beheren samen 52 basisscholen en acht scholen voor het voortgezet onderwijs. Zij leveren maatwerk door diversiteit. De scholen bieden een brede basis en tegelijkertijd verschillende specialisaties per school, uiteenlopend van theater tot techniek. Zo kan de Almeerse Scholen Groep met ouders en kinderen een schoolloopbaan van basis- naar voortgezet onderwijs uitstippelen die het best bij het kind past.

Met de Almeerse Scholen Groep kan men vertrouwen op een geslaagde basis voor de toekomst van ieder kind.

De Almeerse Scholen Groep is een stichting die wordt bestuurd door het College van Bestuur. Voorzitter van het College van Bestuur is John van der Vegt. De stichting kent een Raad van Toezicht, deze bestaat uit zeven leden en heeft de taak toezicht te houden op het beleid van het College van Bestuur en de gang van zaken binnen de stichting. De taken van het College van Bestuur zijn omschreven in de statuten. In de ondermandaatregeling vindt u informatie over de tekenbevoegdheden binnen het bedrijfsbureau.

De Almeerse Scholen Groep heeft ongeveer 2500 medewerkers in dienst en is daarmee de grootste werkgever van de provincie Flevoland.

Er zijn circa 1250 medewerkers werkzaam in het basisonderwijs een eenzelfde aantal in het voortgezet onderwijs. Op het bedrijfsbureau werken circa 60 medewerkers.

De Almeerse Scholen Groep heeft ongeveer 2500 leerlingen. 7 van de 10 leerlingen in Almere zit op één van de scholen van de Almeerse Scholen Groep.

Bij de Almeerse Scholen Groep zijn de volgende functies te onderscheiden: leerkrachten, docenten, onderwijsassistenten, conciërges, directeurs, administratief medewerkers, leden van het College van Bestuur, leden van de Raad van Toezicht, stafmedewerkers, etc.

1.2.1.1 Structuur

De filosofie

De filosofie van de Almeerse Scholen Groep is gebaseerd op 'integraal management'. De scholen staan centraal, maar ze functioneren wel binnen één concern. Scholen hebben een grote mate van zelfstandigheid en staan onder het bestuurlijk toezicht van het College van Bestuur.

De organisatiestructuur

De organisatie is onderverdeeld in drie onderdelen:

- ⌘ Het basisonderwijs;
Het basisonderwijs bestaat uit 52 basisscholen welke individueel worden aangestuurd door een directeur en beleidsmatig vanuit het bestuur door een clusterdirecteur. Er zijn vijf clusterdirecteuren die ieder ongeveer negen basisscholen aansturen, met als voornaamste

taak het toezien op de voortgang zowel inhoudelijk als qua bedrijfsvoering en het coachen van de scholen waar nodig.

⌘ Het voortgezet onderwijs;

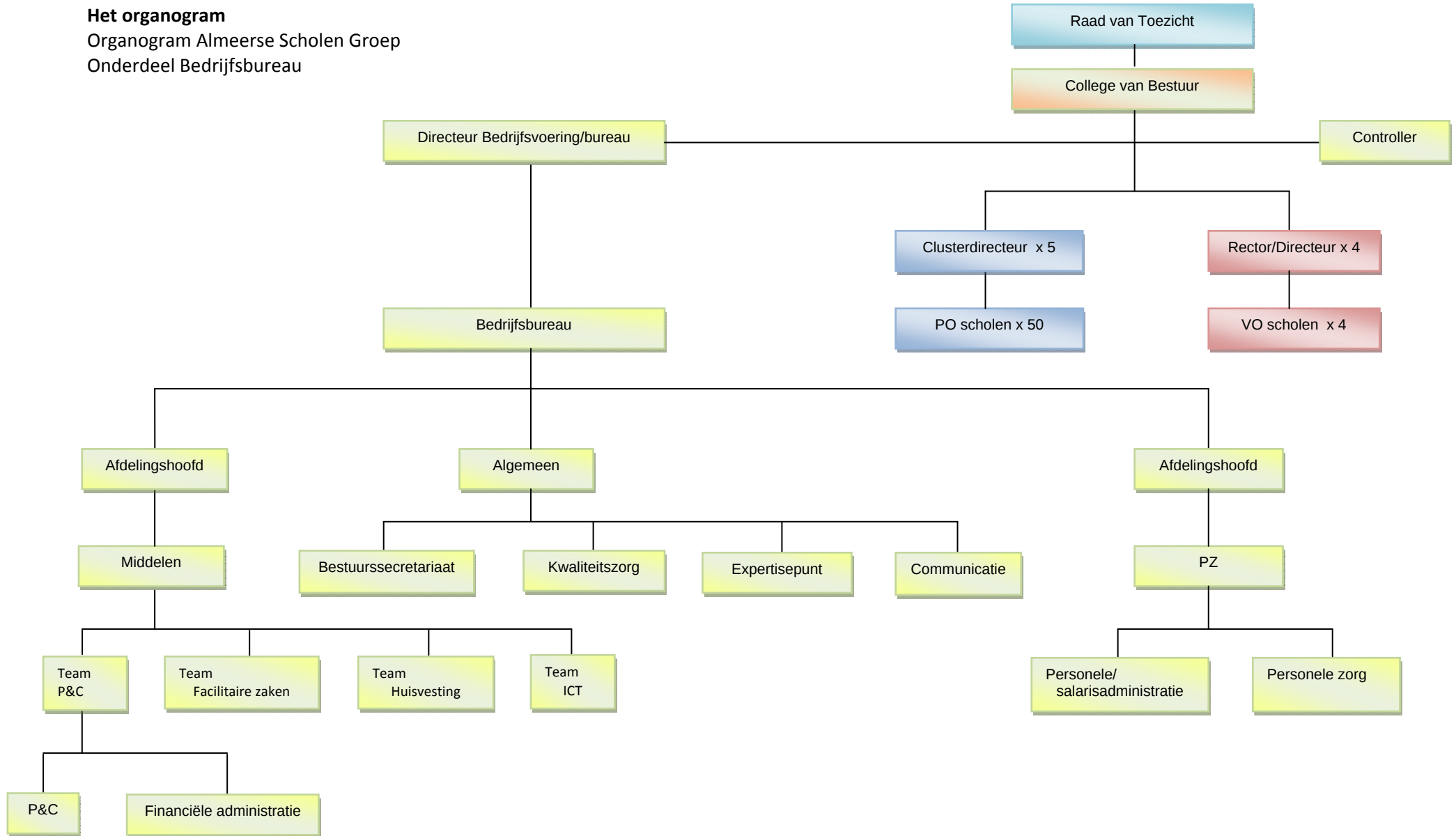
Het openbaar voortgezet onderwijs bestaat uit acht scholen, waarvan ieder onder verantwoordelijkheid van een rector/directeur. De rector/directeur legt verantwoording af aan het College van Bestuur over de voortgang en opbrengsten van de school.

⌘ Het bedrijfsbureau;

Het bedrijfsbureau ondersteunt het College van Bestuur en de scholen qua beleid en beheer op het gebied van de bedrijfsvoering (personeel, financieel, materieel, communicatie, ICT en huisvesting/onderhoud).

Het organogram

Organogram Almeerse Scholen Groep
Onderdeel Bedrijfsbureau



1.2.1.2 Strategie

De drie doelen die in positionering van de Almeerse Scholen Groep aan bod komen luiden als volgt:

- ⌘ Aandacht voor het individuele kind in de samenleving;
- ⌘ Maatwerk door diversiteit in schoolaanbod (de Almeerse Scholen Groep biedt de ouder/ kind iets te kiezen);
- ⌘ Schoolloopbaan (de scholen werken samen om de onderwijskwaliteit en service te optimaliseren en een schoolloopbaan mogelijk te maken, onderwijs van 3 tot 20 jaar).

Het beleid van de Almeerse Scholen Groep is aangepast op deze doelstellingen. De doelstellingen staan centraal bij het handelen door de Almeerse Scholen Groep. Zowel bij interne als externe communicatie wordt er rekening gehouden met deze positionering.

De Almeerse Scholen Groep heeft aandacht voor ieder kind in de samenleving. Elk kind heeft toegang tot een school van de Almeerse Scholen Groep.

Door het diverse scholenaanbod kunnen ouders en kinderen zelf bepalen welke school het beste aansluit bij het kind. Er kan worden bepaald op welke school het kind zich het beste kan ontplooiën. De Almeerse Scholen Groep biedt een totaal plaatje wat betreft primair en voortgezet onderwijs: er is voor elk wat wils.

1.2.1.3 Cultuur

Openheid en diversiteit zijn normen en waarden waar de Almeerse Scholen Groep veel waarde aan hecht.

Er is binnen de Almeerse Scholen Groep een besturingsfilosofie die luidt: 'de school staat centraal binnen één concern'.

De leerling staat centraal. Dat betekent dat er aandacht wordt besteed aan het individu, maar dan wel in relatie tot de maatschappij.

Het gaat om de leerling, hoe hij/zij functioneert en hoe al het talent uit de leerling gehaald kan worden. De leerling functioneert daarnaast ook in de maatschappij. Daarbij moet aandacht worden besteed aan de sociale componenten en de voorbereiding op hun toekomst. Wanneer een kind goed is in tekenen wordt hij/zij niet alleen klaargestoomd voor de tekenschool, maar wordt hij/zij ook klaargestoomd om een verantwoorde burger te worden in de maatschappij die komen gaat.

Verder is diversiteit een belangrijk aspect in de visie van de Almeerse Scholen Groep. Vroeger was het openbaar onderwijs voor iedereen, maar dat werkt nu niet meer. Iedereen kiest namelijk een specifieke school voor zijn/haar kind, want 'ieder kind is bijzonder'. De diversiteit bij de Almeerse Scholen Groep is dus een moderne vertaling van wat openbaar onderwijs vroeger betekende. Kort samengevat: er wordt gekeken naar de mogelijkheden van ieder individu en hoe dat wordt afgestemd op de diverse scholen.

1.2.1.4 Communicatief vermogen

Communicatiemiddelen

De interne communicatie bestaat de volgende communicatiemiddelen:	
Personeelsblad 'Van A tot Z'	Het personeelsblad wordt verspreid onder alle medewerkers van de Almeerse Scholen Groep. Het personeelsblad wordt in alle postvakjes van de medewerkers afgeleverd.
Interne nieuwsbrief	In de interne nieuwsbrief plaatsen bestuurders berichten voor het voortgezet onderwijs. De medewerkers van het voortgezet onderwijs vormen de doelgroep. De interne nieuwsbrief wordt digitaal aan de medewerkers aangeleverd.
Nieuwsbrief met bestuurs- en beleidsberichten	Deze nieuwsbrief wordt één keer in de twee á drie weken in digitale vorm verzonden aan de directieleden van het primair onderwijs in digitale vorm. Het is geen medium voor leerkrachten.
Beleidsstukken/ folders	Zo nu en dan verschijnt er beleidsinformatie in de vorm van een brochure of folder. Deze brochures of folders zijn meestal voor alle medewerkers van de Almeerse Scholen Groep.
Clusteroverleg	Er vindt geregeld clusteroverleg plaats tussen de clusterdirecteuren in het primair onderwijs. Tijdens deze overleggen wordt gecommuniceerd over beleidsmatige onderwerpen die voor het primair onderwijs van belang zijn. De resultaten van deze gesprekken worden vervolgens gecommuniceerd naar de medewerkers van het primair onderwijs.
Directieraad PO	Overleg tussen leden van de directieraad over de gang van zaken binnen het primair onderwijs.
Directieraad VO	Overleg tussen leden van de directieraad over de gang van zaken binnen het voortgezet onderwijs.
Telefoon en e-mail	Het contact tussen de medewerkers van de Almeerse Scholen Groep vindt telefonisch of per e-mail plaats. Van deze communicatiemiddelen wordt veelvuldig gebruik gemaakt.
Intranet (SIMON)	Met ingang van 1 januari 2009 wordt het intranet van de Almeerse Scholen Groep in gebruik genomen. Dit intranet is in eerste instantie voor het personeel en het management van het primair onderwijs. Later zal het voortgezet onderwijs hier ook gebruik van gaan maken. De naam van dit intranet is 'Simon'. De doelgroep voor het intranet is het personeel en het management van de Almeerse Scholen Groep. 'Simon' zorgt voor een informatievoorziening op allerlei terreinen zoals financiële en personeelsgegevens. Toegang tot bepaalde onderdelen van het intranet naar gelang de verschillende functies van de medewerkers.
De externe communicatie bestaat de volgende communicatiemiddelen:	
Website	Op de website van de Almeerse Scholengroep staat informatie over diverse onderwerpen, zoals nieuwsfeiten, organisatiegegevens en vacatures. De doelgroep voor de website is breed van karakter, o.a. ouders/ verzorgers, studenten of leerkrachten/ docenten van andere opleidingen kunnen hier informatie over de Almeerse Scholen Groep

	vinden. Link: http://www.almeersescholengroep.nl
Brochures/ folders	Informatie in de brochures of folders kan specifiek voor scholen zijn, bijvoorbeeld over beleid zoals 'integer handelen'. Het kan echter ook folders betreffen met informatie over een school van de Almeerse Scholen Groep voor ouders die een schoolkeuze gaan maken voor hun kind.
Bijeenkomsten, congressen en conferenties	De Almeerse Scholen Groep maakt recentelijk gebruik van bijeenkomsten, congressen en conferenties. De inhoud hiervan verschilt, van beleidszaken tot algemene informatie bijeenkomsten. De doelgroep verschilt per gebeurtenis (o.a. IB'ers of leraren Nederlands of directeuren van andere scholen).

Er wordt veel gecommuniceerd tussen de Almeerse Scholen Groep en de scholen die onder de Almeerse Scholen Groep vallen middels traditionele communicatiemiddelen zoals een interne nieuwsbrief, folders en beleidsdocumenten.

Er wordt voornamelijk over beleidsonderwerpen gecommuniceerd. Daarnaast wordt er ook personeelsinformatie gecommuniceerd, zoals agenda's van vergaderingen en bijeenkomsten of mededelingen als verlofdagen.

De aanvulling op de organisatie is te vinden in Bijlage 3

1.3 De probleemstelling

De probleemstelling met betrekking tot de marketingcommunicatie en het positioneren van de scholen voor het primair onderwijs; De Piramide, De Trinoom en De Manse luidt als volgt:

'Hoe kan met behulp van een marketingcommunicatieplan een drietal aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep duidelijk worden gepositioneerd, zodat de concurrentiestrijd wordt verminderd en hoe moeten ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen worden aangetrokken?'

1.3.1 De toelichting op de probleemstelling

Kernbegrippen probleemstelling

De Almeerse Scholen Groep

Sinds 1 januari 2008 is het Openbaar Onderwijs Almere een zelfstandige stichting geworden onder de naam Almeerse Scholen Groep. Onder deze zelfstandige stichting vallen momenteel 52 scholen van het basisonderwijs 8 scholen voor het voortgezet onderwijs.

Marketingcommunicatieplan

De planmethode behorende bij dit marketingcommunicatieplan zal geschieden volgens de methode van Floor en van Raay (2002).

Ontwerp marketingcommunicatieplan

Alvorens een marketingcommunicatieplan zal worden opgeleverd wordt eerst onderzoek verricht in de vorm van een interne en externe analyse. Dit onderzoek is gericht op de drie scholen voor het primair onderwijs van de Almeerse Scholen Groep: De Piramide, De Trinoom en De Manse.

Dit onderzoek laat zien welke strategie gekozen moet worden en hoe de scholen zich moeten positioneren, zodat zij elkaar niet meer beconcurreren en zodat de doelgroepen worden aangetrokken en behouden. Aan de hand hiervan kan een communicatieplan worden opgesteld en worden er aanbevelingen gedaan voor deze scholen voor het primair onderwijs.

Doelgroep

De doelgroep bestaat uit een drietal scholen voor het primair onderwijs die onder de Almeerse Scholen Groep vallen: De Piramide, De Trinoom en De Manse. Deze basisscholen bevinden zich in de Bouwmeesterbuurt, gelegen te Almere Buiten.

Naast bovenstaande doelgroep richt het marketingcommunicatieplan zich tevens op (potentiële) ouder(s)/ verzorger(s) en de leerlingen van deze basisscholen die onder de Almeerse Scholen Groep vallen.

Aanleiding waarom er een plan moet komen

De Almeerse Scholen Groep is op zoek naar een methode waarop de drie scholen voor het primair onderwijs zich kunnen onderscheiden (positionering) van andere scholen om zo de onderlinge concurrentie te laten verdwijnen, om leerlingen te behouden/ nieuwe leerlingen aan te trekken.

De verstoring tussen zender en ontvanger

De scholen voor het primair onderwijs hebben nog geen duidelijke positionering waardoor ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen niet weten wat deze scholen voor het primair onderwijs te bieden hebben en wat deze scholen onderscheidt van andere scholen in Almere Buiten.

Tevens beconcurreren deze scholen voor het primair onderwijs elkaar, maar horen echter hun krachten juist te bundelen door te kijken naar de onderscheidende factor van iedere school is. Door de concurrentie hebben deze scholen moeite met het aantrekken van (nieuwe) leerlingen. De drie scholen liggen erg dichtbij elkaar en ondanks dat er momenteel een concurrentiestrijd is, bestaat de mogelijkheid om deze drie scholen te laten samenwerken.

Door de samenwerking tussen de drie scholen elk met een eigen positionering kunnen er nieuwe leerlingen worden geworven zonder de andere scholen daarbij in de weg te zitten.

Er moet een marketingcommunicatieplan worden opgesteld voor de doelgroepen, om te komen tot een succesvolle continuïteit van de scholen voor het primair onderwijs.

1.3.2 De randvoorwaarden

Het onderzoek voor de arbeidsmarktcommunicatie kent een aantal grenzen waar rekening mee gehouden dient te worden:

- ⌘ De officiële start van de afstudeeropdracht bij de Almeerse Scholen Groep is op 12 januari 2009;
- ⌘ Er dient contact te worden onderhouden met de studiebegeleider van de FEHT Ellen van Kuppenveld. De contactfrequentie zal tweewekelijks plaatsvinden;
- ⌘ Er dient frequent contact te worden onderhouden met stagebegeleider Wendy Oorthuis. Nieuwe ontwikkelingen zullen –indien nodig- direct worden teruggekoppeld aan zowel de FEHT als ASG studiebegeleider;
- ⌘ De afstudeerders zullen niet afwijken van de besproken opdracht;
- ⌘ Vrijdag 5 juni 2009 is de uiterste inleverdatum van het afstudeerrapport;
- ⌘ De afstudeeropdracht zal worden uitgevoerd aan de hand van het Tien Stappen Plan van Piet Kempen en Jimme Keizer;
- ⌘ Het afstuderen vindt plaats bij de Almeerse Scholen Groep;
- ⌘ Er zijn twee terugkomdagen, deze zijn verplicht:

- o Donderdag 5 februari 2009
- o Maandag 6 april 2009
- ⌘ 26 mei 2009 is de uiterste inleverdatum van het aanvraagformulier voor de toelating van de afstudeerzitting, dit moet worden ingeleverd met handtekening van begeleider en medebegeleider bij de administratie van FEHT;
- ⌘ De doelgroep bestaat uit een drietal scholen voor het primair onderwijs en ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen;
- ⌘ Het onderzoek wordt uitgevoerd ten behoeve van de Almeerse Scholen Groep;
- ⌘ Het onderzoek moet betrouwbaar, objectief en representatief zijn;
- ⌘ Het afstuderen zal in het totaal 145 dagen in beslag gaan nemen. Dat is ongeveer 21 weken;
- ⌘ Het onderzoek zal uitmonden in één onderzoeks- en adviesplan.

1.4 De onderzoeksopzet

Hieronder zullen de onderzoeksdoelstellingen, onderzoeksdeelvragen en onderzoeksmethoden uiteen worden gezet.

1.4.1 De onderzoeksdoelstellingen

Er zijn twee soorten onderzoeksdoelstellingen.

De eerste onderzoeksdoelstelling stuurt de planvorm aan:

- ⌘ *'Het maken van een marketingcommunicatieplan en het geven van een gedegen advies met betrekking tot een drietal aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep die duidelijk moeten worden gepositioneerd, zodat de concurrentiestrijd wordt verminderd en ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen worden aangetrokken.'*

De tweede onderzoeksdoelstelling stuurt de verstoring tussen zender en ontvanger:

- ⌘ *'Een heldere positionering ontwikkelen voor een drietal aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep, zodat de huidige concurrentiestrijd wordt verminderd en (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen worden aangetrokken.'*

1.4.2 De onderzoeksdeelvragen

Hieronder volgen de deelvragen. Elke deelvraag stuurt een deelonderzoek aan.

Deelvragen bij de probleemstelling:

1. Waaruit blijkt de onderlinge concurrentiestrijd bij drie scholen voor het primair onderwijs? *(Verklarend)*
2. Is er alleen onderlinge concurrentie tussen de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs of hebben de drie scholen voor het primair onderwijs ook te maken met concurrentie van andere scholen voor het primair onderwijs? *(Beschrijvend)*
 - o Als er ook concurrentie is met andere scholen voor het primair onderwijs afgezien van de aangewezen scholen voor het primair onderwijs, wat is dan de grondslag voor deze concurrentie? *(Verklarend)*

3. Waarom gaan leerlingen van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs, die wisselen van school, naar een andere school? *(Verklarend)*
4. Waar gaan leerlingen van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs, die wisselen van school naar toe? *(Beschrijvend en verklarend)*
5. Hoe communiceren de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs op dit moment (interne en externe communicatie)? *(Beschrijvend)*
6. Hoe ziet de huidige en gewenste populatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs eruit? *(Beschrijvend)*
7. Wat zijn de huidige positioneringen van de drie aangewezen scholen voor primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep? *(Beschrijvend)*
8. Hoe willen de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die onder de Almeerse Scholen Groep vallen zich profileren? *(Beschrijvend)*
9. Hoe onderscheiden de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die onder de Almeerse Scholen Groep vallen zich van elkaar? *(Beschrijvend)*
 - o Wat is de onderscheidende factor van elke school? *(Beschrijvend)*
10. Welke communicatiemiddelen worden gebruikt door de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep voor het werven van leerlingen? *(Beschrijvend)*
11. Welke middelen zijn het meest effectief en efficiënt om de (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) te bereiken? *(Beschrijvend en verklarend)*
12. Wat zijn de behoeften van de ouder(s)/ verzorger(s) met betrekking tot het primair onderwijs? *(Beschrijvend en verklarend)*

1.4.3 De onderzoeksmethoden

Er zijn verschillende onderzoeksmethoden¹. Zo is er desk- en fieldresearch of kwalitatief en kwantitatief onderzoek, de keuze voor een onderzoeksmethode is afhankelijk van de probleemstelling.

Er wordt empirisch onderzoek verricht. Alle gegevens kunnen verzameld worden door zintuiglijke waarneming, dus door middel van zien, ruiken, proeven, voelen en horen.

Het is een praktijkgericht of toegepast onderzoek. De onderzoeken moeten een bijdrage leveren in de vorm van kennis en inzicht, aan de oplossing van een praktisch probleem. In dit geval het onderzoeken hoe de Almeerse Scholen Groep bij drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs de marketingcommunicatie kan verbeteren. De drie scholen worden helder gepositioneerd zodat de concurrentie tussen de drie scholen kan afnemen en er (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen aangetrokken kunnen worden. Er worden onderzoeken gedaan met de bedoeling de inzichten toe te passen op de dagelijkse praktijk.

Voor dit onderzoek is in eerste instantie een beschrijvende hoofdvraagstelling opgesteld. Met behulp van een beschrijvende vraagstelling wordt de werkelijkheid beschreven. Bij een beschrijvende vraagstelling is het de bedoeling vooral aan te tonen dat het probleem vaak voorkomt, wanneer het voorkomt of hoe vaak het voorkomt.

Deze hoofdvraagstelling of onderzoeksvraagstelling, die vanuit de Almeerse Scholen Groep naar voren is gekomen, luidt als volgt:

‘De opdrachtgever, de Almeerse Scholen Groep, is een zelfstandige stichting. Onder deze stichting valt een groot aantal van de basisscholen en scholen voor het voortgezet onderwijs binnen Almere.

¹ (Kaap, van der, 2006)

Een drietal scholen voor het primair onderwijs heeft te maken met een terugloop in aanmeldingen en heeft moeite met het aantrekken van (nieuwe) leerlingen.

Deze scholen beconcurreren elkaar, maar eigenlijk zouden ze moeten kijken naar hun onderscheidende factor, zodat zij hun krachten kunnen bundelen.

De drie scholen voor het primair onderwijs zijn divers in hun positionering, echter wordt dit nog niet goed door de scholen uitgedragen. Er moet voor elke school een goede positionering worden gemaakt. Dit kan door met scholen in gesprek te gaan en een marketingcommunicatieplan voor de scholen op te stellen. De scholen moeten aantrekkelijk worden voor de ouder(s)/ verzorger(s) en de leerlingen.

De vraag is op welke manier bij diverse scholen zoveel mogelijk ouders en leerlingen kunnen worden bereikt of worden aangetrokken met (in principe) zo min mogelijk middelen. De scholen hebben over het algemeen relatief weinig middelen ter beschikking.'

Bovenstaande onderzoeksvraagstelling is door de Almeerse Scholen Groep opgesteld. Na het onderzoek zal er een adviesplan worden opgesteld met daarin onze aanbevelingen. Deze aanbevelingen zijn er op gericht de marketingcommunicatie aan te passen en daarbij de drie aangewezen scholen helder te positioneren zodat de concurrentie tussen de drie scholen kan afnemen en er (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen aangetrokken kunnen worden. Door deze aspecten toe te voegen aan de onderzoeksvraagstelling van de Almeerse Scholen Groep kan er een nieuwe probleemstelling worden gedefinieerd en deze luidt als volgt:

'Hoe kan met behulp van een marketingcommunicatieplan een drietal aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep duidelijk worden gepositioneerd, zodat de concurrentiestrijd wordt verminderd en hoe moeten ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen worden aangetrokken?'

Bij het eigen maken van de hoofdvraagstelling wordt er meer naar een verklarende probleemstelling geneigd. Omdat het uiteindelijke doel van het onderzoek verklarend is, wordt er uitgegaan van een verklarende hoofdvraagstelling. Er wordt een mogelijke verklaring gezocht voor een probleem. Het is de bedoeling het probleem verder in kaart te brengen en vooral op zoek te gaan naar de oorzaken van het probleem. De belangrijkste of meest essentiële vraagstelling van het onderzoek is dus verklarend.

In dit onderzoek komen zowel beschrijvende als verklarende deelvraagstellingen voor. Echter zijn dit niet de meest essentiële vraagstellingen, dat is namelijk de hoofdvraagstelling, er wordt dus uitgegaan van een verklarend probleem.

Dit onderzoek draait vooral om communicatiebeleid en er zal een communicatieadvies worden gegeven met betrekking tot het werven en behouden van medewerkers. Ook deze punten maken dat het hier over een verklarend onderzoek gaat.

Er wordt tijdens dit onderzoek gezocht naar oorzaken voor bepaalde gedragingen en opvattingen over bepaalde gedragingen. Het doel is om te onderzoeken wat hier mogelijke oorzaken van kunnen zijn. Het gaat hier om exploratief onderzoek. Er wordt onderzoek gedaan naar de manier waarop de marketingcommunicatie van de Almeerse Scholen Groep met betrekking tot drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs aangepast zou moeten worden, zodat de drie scholen helder gepositioneerd worden, de concurrentie tussen de drie scholen kan afnemen en er (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen aangetrokken kunnen worden. Aan de hand van de verzamelde gegevens kan er een passend advies worden opgesteld, waarin wordt beschreven op welke manier de Almeerse Scholen Groep en de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs beter kunnen inspelen op de marketingcommunicatie.

1.4.3.1 Kwantitatief en kwalitatief

De onderzoeksmethode kan kwantitatief of kwalitatief van aard zijn.

Kwalitatief onderzoek is gericht op het verkrijgen van betrouwbare informatie over wat er leeft onder een bepaalde doelgroep en waarom. Deze vorm van onderzoek geeft diepgaande informatie door in te gaan op achterliggende motivaties, meningen, wensen en behoeften van de doelgroep. Het gaat in op het waarom van heersende meningen en bepaalde gedragingen. Ook kan kwalitatief onderzoek goed worden ingezet om de doelgroep zelf te laten meedenken over een bepaald aspect.

Kwalitatief onderzoek biedt de volgende voordelen:

- ⌘ de mogelijkheid om dóór te vragen;
- ⌘ de mogelijkheid om beeldmateriaal te testen;
- ⌘ de mogelijkheid om de vraagstelling en de methodiek tijdens de looptijd van het onderzoek bij te sturen aan de hand van reeds behaalde resultaten;
- ⌘ de mogelijkheid voor de opdrachtgever om mee te kijken en hierdoor snel een beeld te krijgen van wat er leeft onder de onderzoeksgroepen.

Een nadeel van kwalitatief onderzoek is dat de resultaten niet statistisch representatief zijn, maar een indicatie geven van wat er leeft onder de doelgroep. Bij dit onderzoek zullen er echter ook vragen zijn waarvan de resultaten wel statistisch representatief zijn.

De methode die voornamelijk voor het kwalitatief onderzoek wordt gebruikt, is het diepte interview. Het diepte interview valt onder onderzoeksstrategie kwalitatief (veld)onderzoek.

Bij dit onderzoek zullen er echter ook vragen zijn waarvan de resultaten wel statistisch representatief zijn. Kwantitatief onderzoek biedt cijfermatig inzicht en geeft veelal antwoorden op vragen die in termen van hoeveelheid kunnen worden uitgedrukt. Ook de beoordeling van bepaalde producten of organisaties wordt meestal kwantitatief onderzocht door bijvoorbeeld een tevredenheidsonderzoek. Om statistisch betrouwbare en representatieve uitspraken te doen, worden groepen mensen tegelijk ondervraagd.

Bij kwantitatief onderzoek wordt vaak gebruik gemaakt van een enquête. Een enquête valt onder de onderzoeksstrategie survey. In een enquête is de onderzoeksvraag of het probleem van de opdrachtgever geoperationaliseerd in vragen aan de doelgroep.

Voor dit onderzoek is gekozen voor zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek.

Er wordt kwalitatief onderzoek gedaan in de vorm van diepte interviews. Er zullen diepte interviews worden gehouden met onder andere medewerkers van de Almeerse Scholen Groep en de scholen voor het primair onderwijs als ook met ouder(s)/ verzorger(s).

Er wordt kwantitatief onderzoek gedaan in de vorm van een enquête. De enquête zal worden afgenomen onder ouder(s)/ verzorger(s).

Tevens zal er gebruik worden gemaakt van bureauonderzoek. Bureauonderzoek kan zowel kwalitatieve als kwantitatieve resultaten opleveren.

De uitbreiding van de onderzoeksmethoden is te vinden in Bijlage 4

1.4.4 De koppeling tussen de onderzoeksmethoden en de onderzoeksdeelvragen

1. Waaruit blijkt de onderlinge concurrentiestrijd bij drie scholen voor het primair onderwijs? (Verklarend)

2. Is er alleen onderlinge concurrentie tussen de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs of hebben de drie scholen voor het primair onderwijs ook te maken met concurrentie van andere scholen voor het primair onderwijs? *(Beschrijvend)*
 - o Als er ook concurrentie is met andere scholen voor het primair onderwijs afgezien van de aangewezen scholen voor het primair onderwijs, wat is dan de grondslag voor deze concurrentie? *(Verklarend)*

Onderzoeksmethoden: Bureauonderzoek en kwalitatief (veld)onderzoek.

Bureauonderzoek kan inzicht geven in de spelende concurrentie tussen de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs en het verloop van leerlingen tussen deze drie aangewezen scholen en andere scholen voor het primair onderwijs binnen Almere. Er kan informatie worden gevonden op de websites van de scholen voor het primair onderwijs en de Gemeente Almere, maar er kan ook informatie worden verkregen via het intranet van de Almeerse Scholen Groep.

Kwalitatief (veld)onderzoek kan ook inzicht geven in de spelende concurrentie. Door in gesprek te treden met medewerkers van de scholen voor het primair onderwijs, medewerkers van de Almeerse Scholen Groep en misschien medewerkers van de Gemeente Almere kan meer (achtergrond)informatie worden verkregen over de problematiek rond de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs.

3. Waarom gaan leerlingen van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs, die wisselen van school, naar een andere school? *(Verklarend)*
4. Waar gaan leerlingen van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs, die wisselen van school naar toe? *(Beschrijvend en verklarend)*

Onderzoeksmethoden: Bureauonderzoek, kwalitatief (veld)onderzoek en survey.

Bureauonderzoek kan inzicht geven in hoeveel leerlingen en waarom leerlingen wisselen van school en ook waar deze leerlingen heen gaan. Dit kan worden uitgezocht op basis van eerdere onderzoeken of bijvoorbeeld door informatie te halen van websites zoals van bijvoorbeeld het CBS of de Gemeente Almere.

Kwalitatief (veld)onderzoek kan ook inzicht geven in waarom leerlingen wisselen van school. Door in gesprek te treden met leerkrachten, directieleden en eventueel ouders kan achter de beweegredenen worden gekomen van leerlingen en ouder(s)/ verzorger(s).

5. Hoe communiceren de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs op dit moment (interne en externe communicatie)? *(Beschrijvend)*

Onderzoeksmethode: Kwalitatief (veld)onderzoek.

Kwalitatief (veld)onderzoek kan inzicht geven in de huidige interne en externe communicatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs. Door te onderzoeken wat er op dit moment gebeurt aan communicatie door de aangewezen scholen kan worden bepaald welke effectieve mogelijkheden de scholen misschien nog over het hoofd zien. Door middel van diepte interviews met medewerkers van de drie aangewezen scholen kan een overzicht worden gecreëerd van de huidige middelen.

6. Hoe ziet de huidige en gewenste populatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs eruit? *(Beschrijvend)*
7. Wat zijn de huidige positioneringen van de drie aangewezen scholen voor primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep? *(Beschrijvend)*
8. Hoe willen de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die onder de Almeerse Scholen Groep vallen zich profileren? *(Beschrijvend)*
9. Hoe onderscheiden de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die onder de Almeerse Scholen Groep vallen zich van elkaar? *(Beschrijvend)*
 - o Wat is de onderscheidende factor van elke school? *(Beschrijvend)*

Onderzoeksmethoden: Bureauonderzoek en kwalitatief (veld)onderzoek.

Bureauonderzoek kan inzicht geven in de huidige situatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs. De huidige situatie kan in kaart gebracht worden met behulp van informatie die gevonden kan worden op de websites van de drie aangewezen scholen, de website van de Almeerse Scholen Groep en de website van de Gemeente Almere.

Kwalitatief (veld)onderzoek kan inzicht geven in de gewenste situatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs. De gewenste situatie kan in kaart gebracht worden met behulp van diepte interviews met medewerkers van de drie aangewezen scholen en medewerkers van de Almeerse Scholen Groep.

10. Welke communicatiemiddelen worden gebruikt door de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep voor het werven van leerlingen? *(Beschrijvend)*

11. Welke middelen zijn het meest effectief en efficiënt om de (nieuwe) ouder(s)/ verzorger(s) te bereiken? *(Beschrijvend en verklarend)*

Onderzoeksmethoden: Bureauonderzoek en kwalitatief (veld)onderzoek.

Bureauonderzoek kan inzicht geven in de meest effectieve middelen om ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen te bereiken. Informatie met betrekking tot dit onderwerp kan gehaald worden uit onder andere eerdere onderzoeken.

Kwalitatief (veld)onderzoek kan inzicht geven in welke communicatiemiddelen door de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs op dit moment worden gebruikt voor het werven van leerlingen. Door middel van diepte interviews met medewerkers van de drie aangewezen scholen kan er een inventarisatie worden gemaakt van de huidige middelen.

12. Wat zijn de behoeften van de ouder(s)/ verzorger(s) met betrekking tot het primair onderwijs? *(Beschrijvend en verklarend)*

Onderzoeksmethode: Survey.

Survey kan inzicht geven in de behoeften van ouder(s)/ verzorger(s) met betrekking tot de scholen voor het primair onderwijs. Door direct aan de ouder(s)/ verzorger(s) te vragen waar zij behoeften aan hebben, kan worden aangegeven op welke punten de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs zouden kunnen verbeteren. Deze vraag kan heel breed worden opgevat. Er zouden niet alleen ouder(s)/ verzorger(s) bij de aangewezen scholen kunnen worden bevraagd, maar ook ouder(s)/ verzorger(s) bij andere scholen voor het primair onderwijs binnen Almere.

1.5 De samenhang met overige hoofdstukken

Hieronder wordt de samenhang in de scriptie weergegeven, als een beschrijvende inhoudsopgave. De inhoud van de scriptie is opgesteld volgens de elementen van een marketingcommunicatieplan. De tabel hieronder geeft weer welke hoofdstukken in deze scriptie naar voren komen en de samenhang tussen deze hoofdstukken.

Hoofdstuk	Samenhang
1. Inleiding	In dit hoofdstuk komen allereerst de opdracht en probleemanalyse aan bod. Daarna komt de oriëntatiefase aan bod, bestaande uit een branchestudie en organisatiebeschrijving. Vervolgens wordt de probleemstelling weergegeven. Daarna volgt de onderzoeksopzet, bestaande uit de onderzoeksdoelstellingen, -deelvragen en -methoden. Tot slot wordt een samenhang met de overige hoofdstukken in deze scriptie weergegeven.
2. Analyse	In dit hoofdstuk is het onderzoek met betrekking tot de interne analyse weergegeven. Dit onderzoek is opgesteld aan de hand van de probleemstelling en deelvragen (hoofdstuk 1) en het model en planvorm (hoofdstuk 2).

3. Externe Analyse	In dit hoofdstuk is het onderzoek met betrekking tot de externe analyse weergegeven. Dit onderzoek is opgesteld aan de hand van de probleemstelling en deelvragen (hoofdstuk 1) en het model en planvorm (hoofdstuk 2).
4. SWOT-Analyse	In dit hoofdstuk wordt de SWOT-Analyse ² weergegeven. De SWOT-Analyse weergeeft de sterktes en zwaktes uit hoofdstuk 3 en de kansen en bedreigingen uit hoofdstuk 4 weer.
5. Confrontatiematrix	In dit hoofdstuk zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen in een matrix aan elkaar gekoppeld. Hierdoor wordt duidelijk welke strategie gevolgd moet worden, welke in hoofdstuk 7 worden weergegeven.
6. Strategische opties	In dit hoofdstuk zijn de strategische opties die uit de SWOT-Analyse en de confrontatiematrix naar voren zijn gekomen weergegeven. Deze strategische opties worden gebruikt als input voor het communicatieplan in hoofdstuk 8.
7. Communicatieplan	In dit hoofdstuk wordt aan de hand van het verrichte onderzoek in hoofdstuk 3 en 4 het communicatieplan weergegeven. In dit communicatieplan is weergegeven wat de communicatiestrategie is, naar welke doelgroepen met welke boodschap en welke middelen gecommuniceerd dient te worden, hoe dit in de organisatie moet worden ingebed, wat de kosten zijn en hoe de evaluatie moet verlopen.
8. Aanbevelingen	In dit hoofdstuk staat het advies voor de Almeerse Scholen Groep die zijn voortgekomen uit het onderzoek.
9. Noten	In dit hoofdstuk zijn alle voetnoten ³ weergegeven die in deze scriptie staan.
10. Tabellen- en figurenregister	In dit hoofdstuk staan verwijzingen naar alle tabellen en figuren die in deze scriptie staan.
11. Literatuurlijst	In de literatuurlijst staan verwijzingen van alle gebruikte literatuur (boeken, documenten, tijdschriften, college-aantekeningen en websites) die gebruikt zijn voor de totstandkoming van deze scriptie. Deze literatuurlijst is opgesteld volgens de APA-norm ⁴ .
12. Index	In de index is een lijst met trefwoorden met bijbehorende paginanummers te vinden die in deze scriptie gebruikt zijn.
13. Bijlagen	In de bijlagen zijn de documenten toegevoegd die voor deze scriptie van belang zijn, zoals het model en planvorm en een uitgebreide versie van de branchestudie.

² SWOT-Analyse: Strength, Weaknesses, Opportunities en Threats analyse.

³ Een voetnoot is een opmerking met betrekking tot een element uit een tekst die onder aan de bladzijde waarop het tekst eindigt wordt weergegeven.

⁴ American Psychological Association

2 Interne analyse

In de interne analyse worden de drie scholen in het primair onderwijs bekeken, te weten de Manse, de Trinoom en de Piramide.

De interne analyse zal eerst ingaan op algemene informatie over de scholen. Daarna komen de kerncijfers⁵ van de scholen aan bod. Daarnaast zal de kwaliteit⁶ van de scholen aan bod komen. Hierin worden de trends van de afgelopen jaren weergegeven.

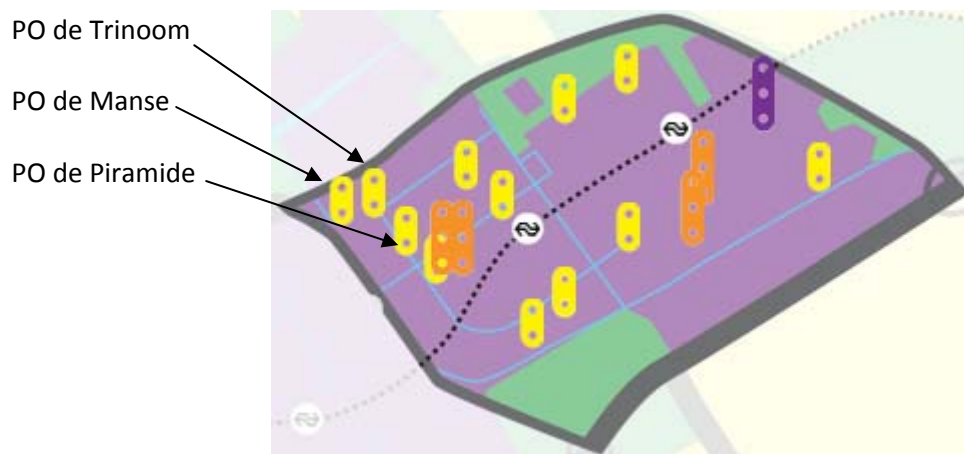
Als laatste is voor het onderzoek kwalitatief (veld)onderzoek verricht, bestaande uit diepte interviews met de directie van de scholen voor het primair onderwijs.

In hoofdstuk 5, de SWOT-analyse, zijn de bevindingen uitgezet in sterktes, zwaktes, bedreigingen en kansen. Dit zijn tevens de conclusies van de interne analyse

2.1 Geografie, belangstellingspercentages, leerlingenaantal en leerlinggewicht PO's Bouwmeesterbuurt

2.1.1 Geografie

Op het kaartje hieronder is aangegeven waar basisscholen de Manse, de Piramide en de Trinoom zich bevinden in de Bouwmeesterbuurt in Almere Buiten:



Figuur 1 - Geografische ligging basisscholen Almere Buiten

Bron: Almeerse Scholen Groep

2.1.2 Belangstellingspercentages

Aan de hand van de schoolportretten over de drie basisscholen is gekeken naar het belangstellingspercentage tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007. Uit de tabellen in bijlage 6 kan het volgende worden opgemaakt:

- ☞ Het belangstellingspercentage op basisschool de Manse is gedurende de schooljaren gedaald met 10%, naar 27%;

⁵ Voor de interne analyse is gekeken naar de in- en uitstroom van leerlingen, de samenstelling naar leeftijd, etniciteit en herkomst naar wijken in Almere Buiten en een aantal schoolindicatoren (m.u.v. PO de Trinoom).

⁶ Voor de analyse van kwaliteit van PO de Manse, de Trinoom en de Piramide zijn de gegevens gebruikt uit het jaarlijks kwaliteitsonderzoek schooljaar 2006/2007 van de Inspectie van het Onderwijs.

- ⌘ Het belangstellingspercentage op basisschool de Piramide is gedurende de schooljaren ongeveer gelijk gebleven met circa 20%;
- ⌘ Het belangstellingspercentage op basisschool de Trinoom is gedurende de schooljaren toegenomen met 6%, naar 19%.

2.1.3 Leerlinggewicht

Aan de hand van de schoolportretten over de drie basisscholen is gekeken naar het aantal leerlingen in verhouding met het leerlinggewicht⁷. Uit de tabellen in de bijlage kan het volgende over het leerlinggewicht van de leerlingen worden opgemaakt:

2.1.3.1 PO de Manse

- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.00 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 gedaald met 14%. In schooljaar 2006/2007 is dit toegenomen met 15%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.25 is gedurende de schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 gedaald met 7%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.90 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 toegenomen met 18%. In schooljaar 2006/2007 is dit afgenomen met 18%;
- ⌘ In schooljaar 2006/2007 behoorde 3% van de leerlingen tot leerlingengewicht van 0.30.

2.1.3.2 PO de Piramide

- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.00 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 gedaald met 14%. In schooljaar 2006/2007 is dit toegenomen met 5%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.25 is in schooljaar 2006/2007 gedaald met 10% (van 15% naar 5%);
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.90 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 toegenomen met 12%. In schooljaar 2006/2007 is dit afgenomen met 11%;
- ⌘ In schooljaar 2006/2007 behoorde 8% van de leerlingen tot leerlingengewicht van 0.30 en 9% van de leerlingen tot een leergewicht van 1.20.

2.1.3.3 PO de Trinoom

- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.00 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 gedaald met 6%. In schooljaar 2006/2007 is dit toegenomen met 1%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.25 is tussen schooljaar 2002/2003 en schooljaar 2006/2007 toegenomen met 2% (van 2% naar 4%);
- ⌘ Het percentage leerlingen met leergewicht 0.90 is tussen schooljaar 2002/2003 en 2005/2006 toegenomen met 4%. In schooljaar 2006/2007 is dit afgenomen met 4% (naar 5%).

2.1.3.4 Overal

- ⌘ Van de drie scholen voor het primair onderwijs in de Bouwmeesterbuurt heeft de Piramide in schooljaar 2006/2007 het minst aantal leerlingen met een leerlinggewicht van 0.00;
- ⌘ Op alle andere scholen voor het primair onderwijs in de Bouwmeesterbuurt hebben de meeste leerlingen een leerlinggewicht van 0.00 en behoren dus niet tot de doelgroep van het onderwijsachterstandenbeleid;
- ⌘ Van de drie scholen voor het primair onderwijs in de Bouwmeesterbuurt heeft de Piramide in schooljaar 2006/2007 het meest aantal leerlingen met een leerlinggewicht van 0.90.

⁷ Zie bijlagen 6

2.2 PO De Manse

2.2.1 Organisatie

Uit de missie, het onderwijs, de uitgangspunten en de profilering kan worden opgemaakt dat basisschool de Manse streeft naar een veilige/respectabele leeromgeving en waar zelfstandigheid en de ontwikkeling daarvan gestimuleerd wordt. Daarnaast leren de kinderen om aan en van elkaar te leren, waarbij rekening wordt gehouden met de capaciteiten en het niveau van ieder individu.

2.2.2 Onderwijs

In de eerste weken van elk schooljaar geven de leerkrachten van de groepen uitgebreide uitleg en informatie over de werkwijze en activiteiten voor de desbetreffende groep.

De Manse werkt in de groepen 1-2 rondom belangstellingskernen/thema's en actuele gebeurtenissen worden vanuit de ochtendkring diverse activiteiten gepland, waarbinnen de kinderen zich kunnen ontwikkelen.

Met behulp van een uitgebreid observatie-registratiesysteem wordt bekeken bij welke aspecten van de ontwikkeling nog extra gestimuleerd en geholpen moet worden. Daarbij is vooral aandacht voor de voorwaarden op het gebied van taal, lezen, motoriek (schrijven) en rekenen. Maar ook de sociaal-emotionele ontwikkeling wordt als belangrijk aspect meegenomen in de vastgestelde criteria om een kind door te kunnen laten stromen naar groep 3. In de groepen 3-8 wordt enerzijds veel aandacht besteed aan instructies van de basisleerstof. Daarnaast wordt er in de groepen tijd voor zelfstandig werken gereserveerd, waarin de kinderen leren om hun dag- / weektaak in te plannen en af te ronden.

Binnen deze tijd heeft de leerkracht de mogelijkheid om kinderen individueel en in kleinere groepjes extra te helpen en te begeleiden.

2.2.2.1 Pedagogische visie

Een kind moet met plezier naar school komen. De Manse biedt daarom een veilige leeromgeving, waarin respect voor elkaar centraal staat. Niet ieder kind kan hetzelfde even goed, daarom wordt er rekening gehouden met die verschillen. Opleiden tot zelfstandige mensen betekent dat de school de basis moet leggen. Zelfstandig werken wordt daarom ook centraal gesteld in onze PO de Manse.

** Voor de uitgebreide interne analyse, zie bijlage 6, Interne analyse.*

2.2.3 Kerncijfers school

Aan de hand van de kerncijfers⁸ kan het volgende worden opgemaakt:

2.2.3.1 Leerlingaantal en leeftijd

- ⌘ Het aantal leerlingen is tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 gedaald met 89 (circa 35%);
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 6 jaar is de afgelopen schooljaren toegenomen met circa 6,5%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 10 jaar is t/m schooljaar 2005/2006 toegenomen met circa 5%. In het schooljaar 2006/2007 is dit percentage gedaald tot 10%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 11 jaar is toegenomen met circa 1%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 12 jaar is de afgelopen schooljaren gedaald met circa 4%;
- ⌘ In het schooljaar 2006/2007 is er een percentage van 1% leerlingen met een leeftijd van 14 jaar.

⁸ Zie bijlage 6, Interne analyse

2.2.3.2 Herkomst naar wijken in Almere Buiten en etniciteit

- ⌘ De meeste leerlingen op basisschool de Manse zijn afkomstig uit de Bouwmeesterbuurt. Tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 is dit gedaald met 3% (van 88% naar 85%);
- ⌘ Het percentage allochtonen is t/m schooljaar 2005/2006 gestegen met circa 25%. In het schooljaar 2006/2007 is dit gedaald met circa 8%;
- ⌘ Het percentage autochtonen is t/m schooljaar 2005/2006 gedaald met circa 25%. In het schooljaar 2006/2007 is dit gestegen met circa 8%;
- ⌘ Het merendeel (verhoudingsgewijs) van de leerlingen op basisschool de Manse heeft een Surinaamse of overig niet-westerse etniciteit.

2.2.3.3 Schoolindicatoren

- ⌘ In schooljaar 2006/2007 is het aantal leerlingen met 20% gedaald;
- ⌘ Het percentage OOP-ratio⁹ is tussen schooljaren 2002/2003 en 2005/2006 gedaald met 18%; sinds het schooljaar 2006/2007 is dit gestegen met 4%;
- ⌘ Het managementratio is sinds het schooljaar 2006/2007 gedaald met 7%;
- ⌘ Bijna de helft van alle medewerkers heeft een parttime functie.

2.2.4 Kerncijfers kwaliteit

Uit de analyse van de kwaliteit¹⁰ 2006/2007 kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De Manse evalueert onvoldoende systematisch de kwaliteit van haar opbrengsten, het leren en het onderwijs;
- ⌘ De Manse waarborgt onvoldoende de sociale veiligheid voor leerlingen en personeel;
- ⌘ De Manse werkt uitstekend aan planmatige verbetertrajecten;
- ⌘ De resultaten van de CITO-toetsen op PO de Manse zijn positief gestegen.

2.3 PO De Trinoom

2.3.1 Organisatie

Basisschool de Trinoom is de enige Montessorischool in Almere Buiten. Zij zien het als missie om iedere leerling goed montessorionderwijs te bieden. Zelfstandigheid, sociaal en nieuwsgierigheid zijn de ontwikkelingsuitgangspunten¹¹.

2.3.2 Het onderwijs

Montessori gebruikt drie begrippen om de ontwikkeling van kinderen aan te geven:

- ⌘ De bouwer: het kind van drie tot zes jaar is de bouwer van de mens. Alles wat nodig is voor de ontwikkeling van het kind is aanwezig. Het kind is rijp om te oefenen.
- ⌘ De onderzoeker: het kind krijgt meer belangstelling voor de wereld om zich heen, vraagt erover en onderzoekt het.
- ⌘ De wetenschapper: het kind legt verbanden tussen de dingen waarmee het bezig is. Oorzaak en gevolg worden duidelijk, het kind denkt na over zichzelf.

⁹ Ratio Onderwijs Ondersteunend Personeel

¹⁰ Zie bijlage 6

¹¹ Zie bijlage 2, Onderwijsvormen.

Het bovenstaande leidt tot het loslaten van jaarklassen; de montessorischool werkt met heterogene groepen. Kinderen van vier tot zes jaar zitten bij elkaar in de onderbouwgroepen. In de middenbouwgroepen zitten kinderen van zes tot negen jaar bij elkaar en in de bovenbouwgroepen kinderen van negen tot twaalf jaar. De verschillen tussen kinderen en hun ontwikkelingsdrang leiden tot allerlei vormen van verschillend onderwijsaanbod. Dat werkt het beste in een groep waar kinderen van verschillende leeftijden bij elkaar zitten. Daardoor kunnen zij op verschillende manieren met elkaar samenwerken, elkaar helpen en van elkaar leren.

2.3.2.1 Lesmateriaal

In een montessorischool zijn heel veel materialen te vinden die passen bij de ontwikkeling en belangstelling van kinderen. In de onderbouw is veel materiaal gericht op de ontwikkeling van de zintuigen: horen, zien, ruiken, proeven, voelen. En ook materiaal waarmee vaardigheden geoefend worden als voorbereiding op het lezen, schrijven en rekenen. In de midden- en bovenbouw richt het materiaal zich op de verdieping van die vaardigheden, veel taal- en rekenmateriaal, maar ook materiaal voor aardrijkskunde, biologie en geschiedenis. De materialen kennen een opbouw van concreet, naar symbolisch tot abstract. Deze opbouw vinden we terug in de ontwikkeling van het kind van onder- naar bovenbouwer. De materialen in de bovenbouw zijn dan ook abstracter dan de materialen in onder- en middenbouw. Aangezien PO de Trinoom het materiaal niet op alle gebieden voldoende vindt, zijn er verschillende methodes aangeschaft op het gebied van rekenen, lezen en taal en wereldoriëntatie. Al het materiaal is gericht op zelfstandig bezig kunnen zijn. In een lesje, meestal aan één leerling of een paar leerlingen tegelijk wordt het materiaal in een aantal stappen aangeboden. De groepsleerkracht laat zien hoe ermee gewerkt wordt, waarna de leerling er zelf mee bezig gaat. Het kind is bij controle niet afhankelijk van de leerkracht, want veel materiaal kent 'de controle van de fout' ofwel is zelfcorrigerend of te controleren met nakijkmappen.

2.3.2.2 Omgeving

De omgeving waarin kinderen dagelijks verkeren is in de visie van Montessori bepalend voor hun ontwikkeling. Montessori hecht daarom veel waarde aan "de voorbereide omgeving". Die moet het kind prikkelen tot leren: hoe meer de omgeving aangepast wordt aan de behoefte van een kind, hoe meer het zal leren. De leerruimte wordt op het kind ingericht: losse tafels en stoelen, aangepast aan de grootte van de kinderen, kasten waarin de materialen goed zichtbaar en overzichtelijk zijn opgesteld. De groepsleerkracht heeft de zorg dat in de groep een sfeer heerst waarin elk kind goed kan werken, alleen of met een ander. Op deze manier wordt elk kind in staat gesteld zich optimaal te ontwikkelen. Daarbij wordt het kind ook gestimuleerd door de aanwezigheid van jongere en oudere kinderen in dezelfde groep. Het vormt een voorbeeld voor een jonger kind en/of kan zich spiegelen aan een ouder kind.

** Voor de uitgebreide interne analyse, zie bijlage 6, Interne analyse.*

2.3.3 Kerncijfers school

2.3.3.1 Leerlingaantal en leeftijd

- ⌘ Het aantal leerlingen is tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 gestegen met 27 (circa 16%);
- ⌘ In schooljaar 2006/2007 is het aantal leerlingen met circa 1% gedaald;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 7 jaar is de afgelopen schooljaren gedaald tot circa 9% (circa 14% in schooljaar 2004/2005);
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 9 jaar is in het schooljaar 2006/2007 gestegen met circa 3,5%;

- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 10 jaar is sinds het schooljaar 2005/2006 gedaald met circa 3,7%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 11 jaar is sinds het schooljaar 2006/2007 gedaald met circa 4,7%.

2.3.3.2 Herkomst naar wijken in Almere Buiten en etniciteit

- ⌘ De meeste leerlingen op basisschool de Trinoom zijn afkomstig uit de Bouwmeesterbuurt. Tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 is dit gestegen met circa 6% (van 44% naar 50%);
- ⌘ Het merendeel van de leerlingen op basisschool de Trinoom is autochtoon (78% in het schooljaar 2006/2007);
- ⌘ Tussen de schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 is het percentage autochtoon verhoudingsgewijs gedaald met circa 9%. Het percentage allochtoon is verhoudingsgewijs toegenomen met circa 9%;
- ⌘ Het merendeel (verhoudingsgewijs) van de leerlingen op basisschool de Trinoom heeft een Surinaamse of overig niet-westerse etniciteit.

2.3.4 Kerncijfers kwaliteit

Uit de analyse van de kerncijfers kwaliteit 2006/2007 kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De Trinoom heeft onvoldoende inzicht in de verschillen in onderwijsbehoeften van haar leerlingenpopulatie;
- ⌘ De Trinoom waarborgt onvoldoende de sociale veiligheid voor leerlingen en personeel;
- ⌘ De gemiddelde CITO-score is de afgelopen jaren licht gestegen;
- ⌘ Op de onderdelen rekenen en wereldoriëntatie scoren de leerlingen de laatste schooljaren beter.

2.4 PO De Piramide

2.4.1 Organisatie

Uit de missie, het onderwijs, de doelen, uitgangspunten en profilering kan worden opgemaakt dat basisschool de Piramide naar een veilige/respectabele leeromgeving streeft. Zelfstandigheid speelt hierbij een belangrijke rol. Daarnaast leren de kinderen om aan en van elkaar te leren, waarbij rekening wordt gehouden met de capaciteiten en het niveau van ieder individu.

2.4.2 Onderwijs

De Piramide is een buurtschool. Met het onderwijs wil het team van PO de Piramide “uit het kind halen wat erin zit”. Zij houden rekening met verschillen tussen kinderen. De verschillen kunnen in aanleg, tempo, motivatie, interesse en leerstijl zijn. Dit wordt adaptief onderwijs genoemd. PO de Piramide vindt het voorwaardelijk aan hun werken dat de school voor alle kinderen een veilige plek is waar iedereen zich geaccepteerd voelt. Zij willen samen met de ouders werken aan een goede omgeving voor de kinderen en wil uw kind leren dat:

- ⌘ Hij/zij vertrouwt op zijn/haar capaciteiten;
- ⌘ Hij/zij problemen weet aan te pakken en op te lossen;
- ⌘ Hij/zij weet en voelt dat hij/zij als mens gewaardeerd wordt.

Om het bovenstaande te bereiken kiest PO de Piramide voor:

- ⌘ Verschillende groeperings-, werk- en organisatievormen;
- ⌘ Middelen die ons kwaliteitsbeleid (beleid gericht op verbetering) en de kwaliteitszorg (alle activiteiten die erop gericht zijn om informatie te verzamelen over de kwaliteit) bewaken en vergroten;
- ⌘ Bewuste aandacht voor onze pedagogische doelen.

* Voor de uitgebreide interne analyse, zie bijlage 6, Interne analyse.

2.4.3 Kerncijfers school

Aan de hand van de kerncijfers¹² kan het volgende worden opgemaakt:

2.4.3.1 Leerlingaantal en leeftijd

- ⌘ Het aantal leerlingen is tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 gedaald met 21 (circa 13%). De daling is het grootst in schooljaar 2003/2004 en 2006/2007;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 4 jaar is sinds schooljaar 2004/2005 gedaald met circa 4%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 5 jaar is in het schooljaar 2006/2007 gestegen met 3%;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een leeftijd van 10 jaar is in het schooljaar 2006/2007 gedaald met 4%;
- ⌘ In het schooljaar 2006/2007 zijn er geen leerlingen meer met een leeftijd van 13 jaar.

2.4.3.2 Herkomst naar wijken in Almere Buiten en etniciteit

- ⌘ De meeste leerlingen op basisschool de Piramide zijn afkomstig uit de Bouwmeesterbuurt. Tussen schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 is dit gedaald met circa 2% (van 77% naar 75%);
- ⌘ Het percentage allochtonen is de afgelopen jaren licht gestegen, waarbij het percentage autochtonen licht is gedaald;
- ⌘ Het percentage leerlingen met een overig niet-westerse etniciteit is het grootst. Daarna zijn de meeste leerlingen van Surinaamse afkomst;
- ⌘ Het merendeel (verhoudingsgewijs) van de leerlingen op basisschool de Piramide heeft een Surinaamse of overig niet-westerse etniciteit.

2.4.3.3 Schoolindicatoren

- ⌘ In schooljaar 2006/2007 is het aantal leerlingen met 9% gedaald;
- ⌘ Het percentage OOP-ratio¹³ is in schooljaar 2003/2004 gedaald met 8%. Sindsdien is het gestegen tot 24% van het totaal aantal medewerkers in schooljaar 2006/2007;
- ⌘ Het management bestaat uit vrouwen;
- ⌘ Het parttimerratio is de afgelopen schooljaren gedaald met circa 14% (naar 40%).

2.4.4 Kerncijfers kwaliteit

De Piramide heeft het vertrouwen van de Inspectie van het Onderwijs. In het schooljaar 2005/2006 en 2006/2007 vindt in principe voor de periode van één jaar geen verder toezicht plaats. De inspectie heeft geen aanwijzingen dat er belangrijke tekortkomingen zijn in de kwaliteit van het onderwijs.

¹² Zie bijlage 6

¹³ Ratio Onderwijs Ondersteunend Personeel

Om toch een beeld te krijgen van de kwaliteit van de Piramide is het laatste PKO¹⁴-rapport (schooljaar 2004/2005) geanalyseerd. Hieruit kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De Piramide evalueert onvoldoende systematisch de kwaliteit van haar opbrengsten, het leren en het onderwijs;
- ⌘ De Piramide legt onvoldoende verantwoording af aan belanghebbenden over de gerealiseerde onderwijskwaliteit;
- ⌘ De zorg voor kwaliteit is systematisch onvoldoende;
- ⌘ De behaalde gemiddelde CITO-scores in het schooljaar 2006/2007 zijn gedaald in vergelijking met voorgaande schooljaren. Dit heeft zijn betrekking op zowel rekenen, studievaardigheden als taal, waarbij de sterkste daling wordt gekenmerkt door het onderdeel rekenen.

2.5 Kwalitatief (veld)onderzoek

Voor het onderzoek zijn diepte interviews afgenomen bij de directies van basisscholen de Piramide, de Manse en de Trinoom.

De volledige uitwerking van de interviews is te vinden in bijlage 1.1.12 (De directie van PO de Piramide en de Manse bestaan uit dezelfde directieleden, waardoor het diepte interview is samengevoegd in één stuk).

Hieronder volgen de belangrijkste bevindingen uit de diepte interviews.

2.5.1 Diepte-interview PO de Piramide

Positionering

In de huidige positionering komt de Piramide naar voren als een gekleurde school. De directie ziet dit echter niet als belemmering en dit wordt ook aan de ouders vertelt bij het intakegesprek.

Daarnaast is de Piramide een echte buurtschool. Dit kenmerkt zich ook door de leerling-populatie.

De kernwaarden waar de Piramide voor staat zijn:

Op de Piramide:

- ⌘ Zijn we zuinig op onze spullen;
- ⌘ Houden we rekening met elkaar en zijn we beleefd;
- ⌘ Helpen we elkaar;
- ⌘ Komen we om te leren.

Samenwerking

- ⌘ Samenwerking tussen de drie scholen is voornamelijk bij buurtprojecten. Inhoudelijk is er echter weinig onderlinge overeenstemming tussen de scholen;
- ⌘ Op lange termijn zal de samenwerkingsintensiteit toenemen. De directie ziet de komende vijf jaar als kerntaak om eerst de scholen goed te profileren.

Communicatie

- ⌘ Tussen basisscholen de Manse en de Piramide vindt geregeld communicatie plaats. Zij hebben namelijk dezelfde directie;

¹⁴ PKO: Periodiek Kwaliteits Onderzoek.

- ⌘ Communicatie met basisschool de Trinoom is gering: tijdens clusteroverleg en (buurt)projecten (in het Bouwmeesterhuis);
- ⌘ Communicatie met de ouders/ verzorgers vindt geregeld plaats en kenmerkt zich door interpersoonlijke¹⁵ communicatie (bijvoorbeeld tijdens rapport gesprekken);
- ⌘ De huidige externe communicatiemiddelenmix ziet er als volgt uit:

Middel	Frequentie	Inhoud
Brief	Intentioneel	(Belangrijke) Gebeurtenissen, mededelingen.
Nieuwsbrief	1x per week op donderdag	Gebeurtenissen, mededelingen (projecten).
Schoolgids	1x per schooljaar	Gebeurtenissen en mededelingen (Belangrijke data zoals vakanties; projecten etc.).
Krant/ Omroep Flevoland	1 á 2 maal per jaar	Belangrijke gebeurtenissen etc.
Folder	Eenmalig	dagarrangementen en Bouwmeesterhuis projecten (Intentie om later de frequentie op te voeren tot elke twee maanden).
Website ¹⁶	Wekelijkse update	Informatie over de school, gebeurtenissen, foto's etc.

Tabel 1 - Huidige externe communicatiemiddelenmix PO de Piramide

- ⌘ De communicatie moet volgens de directie kort, duidelijk en inzichtelijk zijn;
- ⌘ Er is geen budget voor communicatie.

Concurrentie

Hoewel er meerdere basisscholen in de Bouwmeesterbuurt zijn, ziet en ondervindt de Piramide geen concurrentie(gevoel). De aanmeldingen waren in het schooljaar 2008/2009 zelfs beter dan vorig jaar en de directie vindt dat het juist goed is dat er meerdere basisscholen zijn in de buurt (ouders hebben keuze en onderwijsconcept verschilt waardoor elke school uniek is).

2.5.2 Diepte-interview PO de Manse

Positionering

De Manse heeft geen duidelijke positionering. Volgens de directie zou de positionering moeten omvatten:

- ⌘ Dat de Manse een wijkschool is;
- ⌘ Dat de Manse onder andere staat voor *'In de kern, dicht bij elkaar en van elkaar leren'*. Dus dat men zich veilig moet voelen in de school.

Samenwerking

- ⌘ Samenwerking tussen de drie scholen is voornamelijk bij buurtprojecten. Inhoudelijk is er echter weinig onderlinge overeenstemming tussen de scholen;
- ⌘ Op lange termijn zal de samenwerkingsintensiteit toenemen.

¹⁵ Interpersoonlijke communicatie is communicatie tussen twee personen of groepen, waarbij interactieprocessen optreden.

¹⁶ <http://www.piramide.edu.almere.nl/>

Communicatie

- ⌘ Tussen basisscholen de Manse en de Piramide vindt geregeld communicatie plaats. Zij hebben namelijk dezelfde directie;
- ⌘ Communicatie met basisschool de Trinoom is gering: tijdens clusteroverleg en (buurt)projecten (in het Bouwmeesterhuis);
- ⌘ Communicatie met de ouders/ verzorgers vindt soms plaats en kenmerkt zich door interpersoonlijke¹⁷ communicatie (bijvoorbeeld tijdens rapport gesprekken);
- ⌘ De huidige externe communicatiemiddelenmix ziet er als volgt uit:

Middel	Frequentie	Inhoud
Brief	Intentioneel	(Belangrijke) Gebeurtenissen, mededelingen.
Flyers	Intentioneel	Informatie over de school.
Nieuwsbrief	1x per week op maandag	Gebeurtenissen, mededelingen (projecten).
Schoolgids	1x per schooljaar	Gebeurtenissen en mededelingen (Belangrijke data zoals vakanties; projecten etc.).
Website ¹⁸	Nog onder constructie. Wekelijkse update (planning)	Informatie over de school, gebeurtenissen, foto's etc.

Tabel 2 - Huidige externe communicatiemiddelenmix PO de Manse

- ⌘ De Manse is een in zichzelf gekeerde school. Er is weinig interactie met ouders/ verzorgers, zowel vanuit de Manse als vanuit de ouders/ verzorgers:
 - De communicatie moet volgens de directie dan ook toelichtend, onderbouwend en verduidelijkend zijn;
- ⌘ Er is geen budget voor communicatie.

Concurrentie

Hoewel er meerdere basisscholen in de Bouwmeesterbuurt zijn, ziet en ondervindt de Piramide geen concurrentie(gevoel). De aanmeldingen waren in het schooljaar 2008/2009 zelfs beter dan vorig jaar en de directie vindt dat het juist goed is dat er meerdere basisscholen zijn in de buurt (ouders hebben keuze en onderwijsconcept verschilt waardoor elke school uniek is).

2.5.3 Diepte-interview PO de Trinoom

Positionering

Basisschool de Trinoom staat bekend als een Montessorischool, waarvan veel ouder(s)/ verzorger(s) niet weten wat dit precies inhoudt. Daarnaast wordt de school volgens de directie gezien als een school met minder goede leerresultaten, maar waar wel veel leuke activiteiten worden gerealiseerd. Volgens de directie van de Trinoom kan de school als volgt worden gezien:

- ⌘ De Trinoom is een Montessorischool;
- ⌘ De Trinoom heeft een sterk pedagogisch klimaat;

¹⁷ Interpersoonlijke communicatie is communicatie tussen twee personen of groepen, waarbij interactieprocessen optreden.

¹⁸ <http://www.manse.edu.almere.nl/>

De Trinoom is een relatief kleine school;

Kernwaarde voor de Trinoom moet volgens de directie zijn:

‘Ieder kind wordt als een individu gezien. Dat wil zeggen dat ieder kind zich kan ontwikkelen in eigen tempo en op eigen niveau, zowel cognitief, motorisch als sociaal-emotioneel’

De ambitie van de directie is om de Manse neer te zetten als dé Montessorischool van Almere Buiten

Samenwerking

- De samenwerking tussen de drie scholen is voornamelijk bij buurtprojecten. Inhoudelijk is er echter weinig onderlinge overeenstemming tussen de scholen;
- Op lange termijn zal de samenwerkingsintensiteit toenemen.

Communicatie

- Communicatie met basisscholen de Manse en de Piramide is gering: tijdens clusteroverleg en (buurt)projecten (in het Bouwmeesterhuis);
- De huidige externe communicatiemiddelenmix ziet er als volgt uit:

Middel	Frequentie	Inhoud
Brief	Intentioneel	(Belangrijke) Gebeurtenissen, mededelingen.
Poster	Intentioneel	A3 formaat en wordt opgehangen in o.a. crèches en PSZ, met wervend karakter.
Nieuwsbrief	1x per week op vrijdag	Gebeurtenissen, mededelingen (projecten).
Schoolgids	1x per schooljaar	Gebeurtenissen en mededelingen (Belangrijke data zoals vakanties; projecten etc.).
Website ¹⁹	Wekelijkse update	Informatie over de school, gebeurtenissen, foto's etc.

Tabel 3 - Huidige externe communicatiemiddelenmix PO de Trinoom

- Volgens de directie hebben mond-op-mond reclame en open dagen er aan bijgedragen dat de belangstelling voor de school omhoog is gegaan;
- Er is geen budget voor communicatie.

Concurrentie

De directie ziet geen concurrentie als het gaat om leerlingen naar zich eigen toe te trekken. De concurrentie heeft meer betrekking op het onderwijskundig concept. Zo is de Trinoom een Montessorischool en zijn de Manse en de Piramide openbare scholen. Volgens de directie speelt dat wel een rol bij de keuze voor een basisschool.

Het valt wel op dat het aantal aanmeldingen (groep 2 of hoger) hoger ligt dan andere jaren. Dit komt volgens de directie dat er veel ouders/ verzorgers zijn die niet tevreden waren met een niet ASG-school.

¹⁹ <http://www.trinoom.edu.almere.nl/>

3 Externe analyse

De externe analyse bestaat zowel uit desk- als fieldresearch²⁰. Het deskresearch is gedaan aan de hand van de DESTEP factoren²¹, te weten Demografisch, Economisch, Sociaal-cultureel, Technologisch, Ecologisch en Politiek-juridisch.

Het fieldresearch bestaat uit kwalitatief (veld)onderzoek door middel van groepsgesprekken met de ouder(s)/ verzorger(s) van leerlingen.

In hoofdstuk 5, de SWOT-analyse, zijn de bevinden omgezet in sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen. Dit zijn tevens de conclusies van de externe analyse.

3.1 DESTEP-analyse

3.1.1 Demografisch

Uit de demografische analyse²² kan het volgende worden opgemaakt:

3.1.1.1 Aantal inwoners en -ontwikkeling naar leeftijdscategorie

De wijk Almere Buiten telde op 1 januari 2008 53.364 inwoners. Van dit aantal wonen 4.449 inwoners in de wijk Bouwmeesterbuurt. In percentages uitgedrukt komt dit op circa 8,3% van het totaal aantal inwoners in Almere Buiten.

Daarnaast ligt de gemiddelde leeftijd in de Bouwmeesterbuurt op 35 jaar. De meeste inwoners van de Bouwmeesterbuurt zijn tussen de 35 en 54 jaar oud.

Het aantal inwoners in Almere Buiten zal volgens de prognose van 2008 tussen 2005 en 2015 toenemen, waarbij het aantal inwoners dat 65 jaar en ouder is verhoudingsgewijs de sterkste stijging zal kennen. Dit betekent dat de vergrijzing zal toenemen.

3.1.1.2 Aantal inwoners naar etniciteit

Het aantal inwoners in Almere Buiten bestond op 1 januari 2008, uitgedrukt in percentages, voor 73% uit westerse inwoners en 27% uit niet-westerse inwoners. In de Bouwmeesterbuurt liggen deze percentages op 75% westerse inwoners en 25% niet-westerse inwoners.

Daarnaast hebben de meeste inwoners in het stadsdeel Almere Buiten als in de Bouwmeesterbuurt de Nederlandse nationaliteit. De niet- westerse etniciteit met het hoogste percentage aantal inwoners in zowel Almere Buiten als de Bouwmeesterbuurt is de Surinaamse etniciteit met respectievelijk 12% in Almere Buiten en 10% in de Bouwmeesterbuurt.

3.1.1.3 Aantal huishoudens naar gezinssituatie

Op 1 januari 2008 telde Almere Buiten 20.968 huishoudens. In de Bouwmeesterbuurt stond dit aantal op 1.839 huishoudens. Daarnaast kan worden opgemaakt dat:

- ⌘ de percentages aantal gezinnen met een kind op 41% in Almere Buiten en 37% in de Bouwmeesterbuurt liggen;
- ⌘ de percentages aantal eenoudergezinnen op 9% in Almere Buiten en 11% in de Bouwmeesterbuurt liggen.

²⁰ Zie hoofdstuk 1.4

²¹ De DESTEP-analyse richt zich voornamelijk op Almere Buiten en daarbinnen de Bouwmeesterbuurt.

²² Zie bijlage 6, Externe analyse

3.1.1.4 Aantal (eenouder)gezinnen met kinderen

Het aantal gezinnen met een kind tussen de 0 en 17 jaar bedroeg in Almere Buiten op 1 januari 2008 8.865, waarvan 682 gezinnen in de Bouwmeesterbuurt. Hiervan bestond 21% uit eenoudergezinnen in Almere Buiten en 29% in de Bouwmeesterbuurt.

Het aantal gezinnen met 2 of meer kinderen tussen de 0 en 17 jaar bedroeg op 1 januari 2008 15.191 in Almere Buiten en 1.118 in de Bouwmeesterbuurt. Hiervan bestond 20% uit eenoudergezinnen in Almere Buiten en 28% in de Bouwmeesterbuurt.

3.1.1.5 Het aantal verhuizingen in Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt

Het aantal inwoners in Almere Buiten in de periode 01.01.2007 – 01.01.2008 is toegenomen met 1.613 inwoners. De Stripheldenbuurt kent de grootste toename, met een stijging van +1258 inwoners. Ook de Sieradenbuurt kent een sterke stijging. De Bouwmeesterbuurt kent een lichte daling (-18), gevolgd door de Fauna- en Seizoenenbuurt.

3.1.1.6 Aantal inwoners die zijn verhuisd naar een andere wijk in Almere

Het percentage inwoners²³ in de Bouwmeesterbuurt dat verhuisd is naar een andere wijk in Almere tussen de 5% en 6% ligt tussen de periode 01.01.2007 en 01.01.2008. Hiervan hebben Centrum Almere Buiten en de Eilandenbuurt het hoogste percentage.

De Faunabuurt, Bloemenbuurt, Stripheldenbuurt en de Sieradenbuurt hebben het laagste percentage inwoners dat is verhuisd naar een andere wijk in Almere.

3.1.1.7 Risico- en probleemwijken

Uit de analyse kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/ probleemwijk. Wat betreft de demografische risicofactoren scoort de Bouwmeesterbuurt echter wel minder;
- ⌘ Het Centrum is de enige risico- en probleemwijk in Almere Buiten. De wijk scoort slecht op gebied van ruimtelijke, sociaal economische en sociaal culturele risicofactoren;
- ⌘ De Oostvaarders-, de Indische- en Eilandenbuurt behoren tot enige risico-/ probleemwijken. Dit heeft zijn betrekking op de demografische risicofactoren.

3.1.2 Economisch

3.1.2.1 De woningsituatie naar eigendomsituatie en prijssegmentatie

De Bouwmeesterbuurt²⁴ heeft op 1 januari 2008 1.800 woningen, waarvan 62% bestaat uit een eigen (koop)woning, 35% uit huurwoningen en 3% uit tijdelijke huurwoningen. Daarnaast kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ In verhouding met de andere buurten in Almere Buiten behoort de Bouwmeesterbuurt tot een van de buurten met een hoog aantal huurwoningen;
- ⌘ De wijken die aan de Bouwmeesterbuurt grenzen, hebben eveneens een hoog percentage huurwoningen;

²³ In procenten van het aantal inwoners

²⁴ De Bouwmeesterbuurt behoort tot één van de eerste buurten in Almere Buiten.

- ⌘ Uit de sociale atlas van Almere 2008 kan tevens worden opgemaakt dat de (meeste)huizen in de Bouwmeesterbuurt gebouwd zijn tussen 1985 en 1989, met een gemiddeld bouwjaar van 1987.
- ⌘ De huizen in de Bouwmeesterbuurt, die tussen 2000 en 2007 zijn gebouwd, vallen in prijssegment 2.

3.1.2.2 De beroepsbevolking van Almere Buiten

Uit de analyse kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ Het gemiddeld besteedbaar huishoudeninkomen (2004) is lager in Almere Buiten dan in Almere. Bovendien heeft een iets groter deel van de Buitense huishoudens een laag inkomen en een iets kleiner deel een hoog inkomen;
- ⌘ De werkloosheid en arbeidsongeschiktheid is even groot in Almere Buiten als in Almere als geheel en ook de demografische druk wijkt niet af;
- ⌘ Huurders in stadsdeel Buiten hebben iets meer betalingsachterstand bij de woningcorporaties dan in Almere;
- ⌘ Het gemiddeld besteedbaar inkomen is in geheel Almere tussen 1998 en 2002 gestegen. Daarna is het in heel Almere gedaald, waarbij het gemiddeld besteedbaar inkomen in Almere Buiten het meest is gedaald;
 - Binnen het stadsdeel hebben de huishoudens in de Landgoederenbuurt het hoogste inkomen, gevolgd door die in de Oostvaardersbuurt²⁵;
 - In het centrum van Almere Buiten zijn de huishoudens het minst welvarend, wat te maken heeft met het hoge aandeel eenpersoonshuishoudens en ouderen;
 - Na het centrum van Almere Buiten is het de Bouwmeesterbuurt waar de huishoudens het laagste gemiddeld inkomen hebben²⁶. Niet verwonderlijk zijn de drie buurten centrum Almere Buiten, Bouwmeesterbuurt en Molenbuurt de buurten met de meeste lage huishoudeninkomens en de minste hoge inkomens.

3.1.2.3 Bedrijventerreinenprofiel Almere Buiten

Zowel het totaal aantal arbeidsplaatsen (op bedrijventerreinen, in winkelcentra en in woonwijken) als het aantal bedrijven in het stadsdeel is de afgelopen vijf jaar toegenomen²⁷. In het jaar 2000 waren er nog 1.537 bedrijven en 10.771 arbeidsplaatsen te vinden in Buiten, in 2005 zijn dit er respectievelijk 2.287 en 12.964. De grootste stijging heeft plaatsgevonden in de sector zakelijke dienstverlening en dan met name in de woonwijken.

Grote bedrijventerreinen

In het centrum van Almere Buiten werken 2.077 mensen en het merendeel van de bedrijven en de werkgelegenheid (47% in 2005) is te vinden in de detailhandel. Vooral winkels die zaken verkopen voor in en om het huis (plant en dier, auto en fiets, doe-het-zelf en wonen) komen veel voor in Centrum Almere Buiten: 76% van het verkoopvloeroppervlak, tegenover 18% in Centrum Stad en 9% in Centrum Haven. Dit heeft te maken met het grote woonwinkelcentrum Doemere, waar zich veel woonwinkels en doe-het-zelfzaken bevinden.

Het totale verkoopvloeroppervlak is van de drie centrumwijken bovendien het grootst in Centrum Almere Buiten (53.039m²). Het aantal arbeidsplaatsen is in 2005 gelijk aan het aantal in 2000, terwijl het in de jaren 2002 tot 2004 steeds rond de 2.500 lag. De daling na 2004 is vooral te wijten aan een

²⁵ De meest recente inkomensgegevens komen uit 2004, toen de Sieradenbuurt nog niet bestond. Momenteel zijn de bewoners van deze buurt waarschijnlijk het meest welvarend

²⁶ Bronnen: Sociale Atlas van Almere 2000-2006, O&S Gemeente Almere; CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004

²⁷ Zie bijlage 6, Externe analyse

vermindering van het aantal banen in de welzijns-/zorgsector (van 277 in 2004 naar 50 in 2005) vanwege de verhuizing van een grote zorginstelling naar Almere Stad.

Kleine bedrijventerreinen

De kleinschalige bedrijventerreinen in de Faunabuurt, de Bouwmeesterbuurt en de Eilandenbuurt zijn van recente datum. Alleen het terrein in de Molenbuurt bestaat al lange tijd. In 2005 telden ze allen tezamen 70 bedrijven en 331 arbeidsplaatsen. Dit houdt een stijging in ten opzichte van 2000 toen er nog 60 bedrijven en 255 arbeidsplaatsen waren in de kleine bedrijventerreinen. Deze aantallen zullen verder stijgen vanwege de uitbreiding van het totale oppervlak van de kleine bedrijventerreinen in Almere Buiten. Rond het jaar 2000 waren de meeste bedrijven (28%) en arbeidsplaatsen (30%) te vinden in de handel- en reparatiesector, maar in 2005 is de zakelijke dienstverlening, zowel qua bedrijven (24%) als qua arbeidsplaatsen (31%) de belangrijkste sector geworden. De handel- en reparatiesector komt nu op de tweede plaats.

3.1.3 Sociaal-Cultureel

3.1.3.1 Almere

Recreëren kan op vele manieren in en rond Almere. De natuur heeft een heel eigen karakter: jong en uitgestrekt, zowel in de woonomgeving als in het buitengebied.

In Almere zijn ook kunst en cultuur voortdurend in ontwikkeling. Almere heeft een gevarieerd aanbod aan theaters, musea, expositieruimten en galerieën. Er worden regelmatig culturele evenementen georganiseerd, sommige met een landelijke uitstraling.

De Gemeente Almere heeft in 2008 voor de derde keer een onderzoek gehouden naar de deelname van de inwoners aan culturele evenementen en activiteiten in de stad. Uit dit onderzoek kwam het volgende naar voren:

- ⌘ Almeerders bezochten iets vaker een culturele voorstellingen (exclusief films) dan in 2005:
 - Tweederde van de bewoners zag een of meerdere films in bioscoop of filmtheater, in de meeste gevallen in Almere zelf;
 - Van de overige culturele voorstellingen werd 60-80% in Almere bezocht. Vooral jongeren bezoeken culturele voorstellingen;
 - Hoe ouder men is, hoe minder vaak men een culturele voorstelling bezoekt. Ook hoger opgeleiden en gezinnen met kinderen bezoeken vaker voorstellingen dan anderen;
- ⌘ In 2008 deden meer Almeerders in hun vrije tijd aan kunstzinnige activiteiten, zoals zingen, tekenen of boetseren;
- ⌘ Festivals werden in 2008 over het algemeen evenveel bezocht als in 2005.

Recreatie in Almere

In het kader van het Integraal Ontwikkelingsplan Almere (IOP) is de Almeerse recreatieve behoefte onderzocht. De bestaande groene en blauwe ruimte wordt tot circa 2020 als voldoende beoordeeld, aangezien de stad beschikt over veel meer groen dan in steden van vergelijkbare omvang. Maar bij verdere groei van de stad zal een aanvullende behoefte aan recreatief groen ontstaan. Die behoefte ligt tussen de 350 en 1400 hectare. Dit wringt met de planontwikkelingen, want die zullen een beroep doen op de groene reserves. Gevolg is dat het groen de komende jaren verder onder druk komt te staan. Dat is riskant, te meer omdat groen in de stedelijke ontwikkeling en in het stedelijk beheer vooral wordt beschouwd als restgebied, waarvoor niemand echt verantwoordelijk is. De natuurgebieden aan de buitenrand zijn nog weinig ontsloten en grotendeels casco. Er zijn veelbelovende initiatieven, zoals het bezoekerscentrum in aanbouw bij de Oostvaardersplassen. De ontwikkeling van boswachterij Almeerderhout - met De Kemphaan en het Eksternest - heeft ertoe

geleid dat jaarlijks 100.000 mensen dit gebied bezoeken. Deze initiatieven lijken echter nog te incidenteel en te weinig met elkaar verbonden.

Evenementen in Almere

Almere heeft een actief evenementenbeleid en trekt op die manier een groeiend aantal bezoekers. Bekende voorbeelden zijn het Havenfestival, Triathlon, Libelleweek, Defqon en de zomervoorstellingen van Vis á Vis aan het Almeerderstrand. Niet voor niets is Almere al eens Evenementenstad van het jaar geweest en zijn meerdere nationale prijzen voor haar evenementen in de wacht gesleept. De bovenregionale uitstraling van deze evenementen verdient echter versterking. Bezoekers van evenementen op het Almeerderstrand kunnen bovendien meer verleid worden om de stad in te gaan.

In 2001 was Almere evenementenstad van het jaar. Hoewel die eerste plaats niet meer is geëvenaard, scoort Almere in gemeentelijke vergelijkingen jaarlijks hoog met zijn evenementen. Het aantal bezoekers aan evenementen is de afgelopen drie jaar sterk gestegen, van 425.000 in 2004 naar 582.000 in 2006. Van de bijna 1,1 miljoen bezoekers aan bovenlokale evenementen in Flevoland nam Almere bijna de helft voor haar rekening. Almere beschikt over een aantal aantrekkelijke evenementenlocaties.

Toekomstvisie Vrije Tijd Almere

De vrijetijdssector biedt Almere grote kansen. Cultuur, sport, amusement, recreatie, winkelen en uitgaan, bepalen in niet geringe mate de identiteit van Almere. De verwachte schaa sprong naar 350.000 inwoners in 2030 vergt grote aanpassingen in het stedelijk gebied, versterking van de economische infrastructuur, verbetering van de OV- en wegontsluiting en uitbreiding met circa 60.000 woningen in nieuwe uitleglocaties aan de oostkant en het westelijk gebied. De gemeente Almere is hiertoe gestart met het ontwikkelen van een structuurvisie 2030+. Eind 2009 beslist de gemeenteraad definitief over het wel of niet doorgaan van de schaa sprong.

Wijkvoorzieningen in Almere

Op het niveau van de wijk zijn er op voorzieningengebied knelpunten te constateren. Het ontbreekt in veel wijken nog aan laagdrempelige voorzieningen en plekken waar gesport en gespeeld kan worden. Aan plekken dus waar jongeren hun vrije tijd kunnen doorbrengen, waar buurtgenoten elkaar op een natuurlijke manier kunnen ontmoeten, waar bandjes kunnen oefenen en waar een podium is voor de amateurverenigingen. De goede voorbeelden die er zijn, waaronder playground Clarence Seedorf in Stedenwijk, buurtcentrum Cartoon in de Stripheldenbuurt en de Glasbak in de Muziekwijk, laten zien hoe goed dat kan uitwerken. Dit soort voorzieningen maken de wijken levendiger en aantrekkelijker.

3.1.3.2 Almere Buiten

Voorzieningen Almere Buiten

Buurtcentra zijn dun gezaaid in Almere Buiten. Dit blijkt uit de veel langere afstand dan gemiddeld die een bewoner van Almere Buiten moet afleggen tot een buurtcentrum.

Ook doet de gemiddelde Buitenaar er wat langer over om bij een speelgelegenheid of buurtwinkel te komen. Vooral de nieuwste buurten (Sieradenbuurt, Stripheldenbuurt, Eilandenbuurt en Oostvaardersbuurt) ontberen deze voorzieningen.

Volgens de stadsdeelanalyse 2007 van Almere buiten, is Almere Buiten met 37% groene oppervlakte een iets minder groen stadsdeel dan Almere Stad (40%) en Almere Haven (48%).

De Indische buurt is met 4% de minst groene wijk, gevolgd door de Eilandenbuurt (15%) en het centrum (17%).

De Seizoenenbuurt heeft een groene oppervlakte van 50%, en is hiermee de meest groene wijk. Er zijn geen grote parken in Almere Buiten maar wel een aantal groenblauwe aders (water- en groenstroken) die dwars door het stadsdeel heen lopen.

De ligging van het stadsdeel aan de Oostvaardersplassen biedt kansen voor recreatie. Het 'naar binnen halen van de buitengebieden' is dan ook een belangrijk onderdeel van het programmaplan voor Almere Buiten. Door het verbeteren van de bereikbaarheid van dit natuurgebied heeft de gemeente Almere de bedoeling de Oostvaardersplassen meer één geheel te laten vormen met het stadsdeel.

Centrumplan Almere Buiten (Buitenmere)

Met ingang van het Masterplan Centrumplan Almere buiten wordt tot 2012 gebouwd aan een compleet en compact centrum dat past bij een inwonertal van (ruim) 50.000 inwoners. Onder andere Circa 20.000 m² aan winkels komt erbij, zo'n 300 woningen, 10.000 m² aan horeca, maatschappelijke voorzieningen en andere vrijetijdsvoorzieningen en verschillende parkeergarages.

3.1.4 Technologisch

Een belangrijke ontwikkeling in Almere is Almere Kennisstad. Het doel van Almere Kennisstad is het leveren van een bijdrage aan de economische en sociale ontwikkeling van Almere door ICT in te zetten in de verschillende sectoren van de samenleving. Daarnaast heeft het programma tot doel de positie van Almere in Nederland en in het bijzonder de Noordvleugel van de Randstad te versterken. In de loop der jaren zijn al meerdere projecten in gang gezet om dit te realiseren. Almere Kennisstad is een succes en de gemeente Almere steekt de komende jaren nog meer tijd en geld in de ontwikkeling hiervan, zodat de zich stad op bovenstaande punten nog beter zal ontwikkelen.

3.1.5 Ecologisch

3.1.5.1 Ecologisch Masterplan

De burgers zijn erg tevreden met het groen en het water in de stad. Dit is het visitekaartje van Almere. Stadsnatuur is een belangrijke kwaliteit die de leefbaarheid van de stad vergroot. Het bestuur van de stad wil de kwaliteit versterken. Daarom heeft zij een Ecologisch Masterplan laten opstellen.

De afgelopen drie jaar is gewerkt aan het Ecologisch Masterplan. Na de onderzoeksfase (2003) en de visiefase (2004) is in 2005 de derde fase, de planfase, doorlopen. De acht uitgangspunten voor de natuur in Almere die in de visiefase zijn opgesteld, zouden uitgewerkt moeten worden in een kaderplan. Een groot deel van de uitgangspunten zijn inmiddels al uitgewerkt in diverse projecten van het programma Almere Blauwgroene Stad. Het college heeft daarom besloten de uitwerking en bewaking van de voortgang van alle uitgangspunten in het programma onder te brengen. Een kaderplan is hierdoor overbodig.

Almere heeft vele parken, natuurgebieden, plassen en bosgebieden. Op dit moment behoort Almere bij de Nederlandse top van steden, die een rijke blauwgroene omgeving hebben. Gezien de ligging van Almere in de volle Randstad is dit een opmerkelijke kwaliteit. De bewoners van Almere geven keer op keer aan deze kwaliteit van de woonomgeving hoog te waarderen.

Het groen en het water hoort bij Almere. Nu en ook in de toekomst. In de bestaande stad, en ook in de nog te ontwikkelen woongebieden. De gemeente heeft de ambitie de blauwgroene omgeving voor de toekomst te behouden en verder uit te breiden.

3.1.5.2 Natuur- en milieueducatie

Natuur- en milieueducatie spelen ook een grote rol in de Almeerse samenleving. Het gemeentelijk Natuur- en milieucentrum het Eksternest heeft sinds haar bestaan in 1982 als belangrijkste taak het geven van natuur- en milieu-educatie. Jaarlijks maken Almeerse basisscholen ruim 2.500 maal gebruik van het dienstenpakket van het Eksternest.

Natuurcentrum het Eksternest heeft als taak het vergroten van de betrokkenheid van de inwoners van Almere bij hun groene en blauwe leefomgeving.

3.1.6 Politiek-Juridisch

Onderstaande bevinden zijn opgesteld aan de hand van het coalitieakkoord van de gemeente Almere²⁸. Dit coalitieakkoord is opgesteld in 2006 en loopt tot 2010.

De ambities/ speerpunten van de gemeente zijn:

- ⌘ Focus op de stad;
- ⌘ Niemand aan de zijlijn;
- ⌘ Samenwerking, partnerschap en omgeving;
- ⌘ Toegankelijke en dienstbare overheid;
- ⌘ Een veilige stad;
- ⌘ Verantwoordelijk en democratisch bestuur;
- ⌘ Financiële spelregels;

Programma prioriteiten

De huidige collegepartijen hebben 4 clusters van prioriteiten aangegeven waarop concrete doelstellingen zijn terug te voeren. Nadrukkelijk worden doelen niet specifiek gekoppeld aan traditionele portefeuilles en diensten. De 4 clusters van prioriteiten zijn:

1. Samen aan het werk: economische antwoorden op sociale ontwikkelingen;
2. Een stevig sociaal fundament en een krachtige civiele samenleving;
3. Mensen en stenen: een samenhangend perspectief op het beheer van de directe leefomgeving;
4. Een evenwichtige ruimtelijke ontwikkeling van Almere.

3.2 Kwalitatief (veld)onderzoek

3.2.1 Groepsgesprekken

Voor het onderzoek zijn groepsgesprekken afgelegd met ouders/ verzorgers van leerlingen van PO de Piramide en de Manse²⁹.

De volledige uitwerking van de interviews is te vinden in bijlage 1.2.2.2.

Hieronder volgen de belangrijkste bevindingen van de groepsgesprekken:

3.2.1.1 PO de Piramide

Schoolkeuze

De meeste respondenten gaven aan dat de afstand van de school belangrijk was voor de schoolkeuze. Hoe dichterbij, hoe beter.

²⁸ Zie bijlage 6, Externe analyse

²⁹ In overleg met de Almeerse Scholen Groep is besloten geen groepsgesprek te houden met ouders/ verzorgers van leerlingen van PO de Trinoom.

Daarnaast gaven de meeste respondenten aan dat het onderwijskundig concept niet echt een rol speelde bij de schoolkeuze, maar dat zij gewoon goed onderwijs wilden voor hun kind(eren). Alle respondenten hebben aangegeven dat zij –wanneer zij weer de keuze zouden krijgen- weer zouden kiezen voor de Piramide. De belangrijkste redenen hiervoor zijn de afstand en de gezellige, kleinschalige sfeer die de Piramide kenmerkt.

Positieve punten

De respondenten gaven het volgende aan:

- ⌘ De school ziet er sfeervol uit (zowel van buiten als binnen), is gezellig en open;
- ⌘ Er is goede begeleiding voor de leerlingen door de leerkrachten/ directie;
- ⌘ De Piramide is communicatief sterk (o.a. goede feedback/ interactie).

Verbeterpunten algemeen

De respondenten gaven de volgende verbeterpunten aan:

- ⌘ De toiletten hebben een opknapbeurt nodig en moeten goed bijgehouden worden;
- ⌘ Het schoolplein moet meer voorzieningen krijgen. Volgens de respondenten staat er nu niet genoeg, in vergelijking met andere scholen;

Communicatie naar ouders/verzorgers

Bij schoolkeuze

De respondenten hebben aangegeven dat zij op eigen initiatief de school hebben bezocht. Wel gaven de respondenten aan dat ze goed werden begeleid toen ze eenmaal in de school waren.

Gedurende schooljaren

De leerkrachten en directie vragen regelmatig om feedback en geven volgens de respondenten goed aan wanneer er iets niet in orde is. Dit vinden de respondenten fijn en vinden dan ook dat de Piramide communicatief sterk is en goede begeleiding biedt.

Communicatiemiddelen

- ⌘ De communicatie middels de communicatiemiddelen is volgens de respondenten dik in orde. De respondenten bekijken de website zo nu en dan, maar vragen zich wel af hoe goed die bekeken wordt;
- ⌘ De respondenten hebben aangegeven dat de nieuwsbrief wat beter kan wat betreft het op tijd mededelen van activiteiten en andere zaken zoals de ouderbijdrage. Dat mag volgens de respondenten eerder, zodat ouders/ verzorgers hier op tijd rekening mee kunnen houden.

Het imago volgens de ouders/ verzorgers in steekwoorden

‘Klein, gezellig, communicatief, interactief, goed onderwijs en sfeervol’

3.2.1.2 PO de Manse

Schoolkeuze

Alle respondenten hebben aangegeven dat afstand een belangrijke keuze was om te kiezen voor deze school. Het ligt dichtbij en daardoor makkelijk en snel bereikbaar.

Ook gaven alle respondenten aan dat zij bewust hadden gekozen voor een openbare school.

Daarnaast gaf de meerderheid van de respondent aan dat zij het Montessori onderwijs (onderwijskundig concept van de Trinoom) niet bij hun kind vonden aansluiten.

Alle respondenten hebben aangegeven dat zij –wanneer zij weer de keuze zouden krijgen- weer zouden kiezen voor de Manse. De belangrijkste redenen hiervoor zijn de afstand en het onderwijskundig concept.

Positieve punten

Alle respondenten gaven het volgende aan:

- ⌘ Het is een kleinschalige school;
- ⌘ Ruimtelijker, overzichtelijker en gestructureerd (beter dan voorheen);
- ⌘ Goede individuele begeleiding;
- ⌘ Goede terugkoppeling/ feedback door school (beter dan voorheen).

Verbeterpunten algemeen

De respondenten gaven de volgende verbeterpunten aan:

- ⌘ De school valt niet goed op. Er moet volgens de respondenten bij elke ingang een bord komen te hangen met de naam en het logo van de school;
- ⌘ Ook moet volgens de respondenten duidelijk worden aangegeven welke ingang voor welke doeleinden dienen;
- ⌘ De deuren moeten overdag gesloten zijn, omdat nu iedereen er zomaar in en uit kan lopen;
- ⌘ Het schoolplein moet niet zo ‘open’ blijven zoals het nu is. De respondenten hebben aangegeven dat zij het fijn zouden vinden als er een omheining zou worden geplaatst, zodat hun kinderen niet zomaar van het schoolplein af kunnen of anderen zomaar het schoolplein op kunnen (met scooters etc.);
- ⌘ De hygiëne in de toiletten is niet goed. De toiletten kunnen een opknapbeurt gebruiken (voornamelijk omdat het oude sanitair betreft);
- ⌘ Er moet een persoon worden aangesteld die altijd aanwezig is, bijvoorbeeld een conciërge;
- ⌘ Door afwezigheid van docenten ondervinden de leerlingen (met name groep 6 t/m 8) een chaotische en rommelige (les)sfeer;
- ⌘ De planning van compensatiedagen moet beter worden gestructureerd. Voorheen konden de ouders een keuze maken. Dit zorgt voor problemen met opvang regelen en vrij vragen van het werk.

Wat betreft de kwaliteit van het onderwijs is dit volgens de respondenten in orde. Zij vinden dit niet achterstallig en hebben niet het gevoel dat hun kinderen iets tekort wordt gedaan op dit gebied.

Communicatie naar ouders/verzorgers

Bij schoolkeuze

De meerderheid van de respondenten heeft aangegeven dat ze de school ontdekte toen ze de buurt verkenden. Zij hebben de school toen op eigen initiatief bezocht om meer informatie te verwerven.

Een enkeling heeft aangegeven dat zij een informatiepakket van de school kregen.

Daarnaast was er één respondent die op eigen initiatief de schoolgids had aangevraagd om meer te komen weten over de school.

Geen van de respondenten is terecht is gekomen bij deze school middels mond-op-mond reclame.

Gedurende schooljaren

Wat betreft de interactie tussen de leerkrachten en leerlingen en ouders/ verzorgers, hebben de respondenten aangegeven dat dit steeds beter wordt. Waar de ouders/ verzorgers voorheen zelf om feedback moesten vragen, wordt dit steeds meer door de leerkrachten zelf gedaan.

Communicatiemiddelen

- ⌘ De respondenten hebben aangegeven dat de interactie nu beter is dan voorheen. De nieuwsbrief verschijnt nu elke week (vroeger was dit niet volgens een bepaalde frequentie). Wel hebben de respondenten aangegeven dat de inhoud van de nieuwsbrief beter kan. Door bijvoorbeeld vakanties en compensatiedagen komt het weleens voor dat de informatie in de nieuwsbrief te laat komt of helemaal niet;
- ⌘ Hoewel de website nog niet online is, hebben de respondenten aangegeven dat zij de website zeker zullen bezoeken. Zij hebben aangegeven dat ze op de website vooral praktische informatie willen zien, zoals studiedagen, uitstapjes, projecten die lopen en die komen gaan, de medezeggenschapsraad. Ook zouden de respondenten het leuk vinden als er bijvoorbeeld verslagen komen van activiteiten/projecten/uitstapjes, zodat de ouders/ verzorgers hierover een beeld kunnen krijgen.

Het imago volgens de ouders/ verzorgers in steekwoorden

‘Kleinschalig, leuk en goede individuele aandacht’

4 SWOT-Analyse

Aan de hand van de interne en externe analyse zijn de strengths (sterktes), weaknesses (zwaktes), opportuniteiten (kansen) en threats (bedreigingen) naar voren gekomen die betrekking hebben op de drie basisscholen. Door deze schematisch weer te geven in een SWOT-Analyse, kunnen er strategische opties worden geformuleerd.

De sterktes en zwaktes zijn per basisschool apart opgesteld. De kansen en de bedreiging zijn grotendeels toepasbaar op elke basisschool. In deze tabellen zullen, naast de algemene kansen en bedreigingen, ook de kansen en bedreigingen die basisschoolspecifiek zijn worden geformuleerd.

4.1 Strengths & Weaknesses PO de Piramide

4.1.1 Strengths

S1	Goede onderwijskwaliteit
	PO de Piramide heeft het vertrouwen van de onderwijsinspectie, wat inhoudt dat de school een goede onderwijskwaliteit heeft. Dit is positief voor het imago van de school.
S2	Zelfde directie als PO de Manse
	Doordat PO de Manse en de Piramide dezelfde directie genieten, betekent dit dat de directie weet wat er zich op de scholen afspeelt. De directie heeft hierdoor goed zicht op de verschillen in het gegeven onderwijs etc.
S3	Goede interpersoonlijke communicatie en begeleiding
	Tussen de Piramide en ouders/ verzorgers vindt goede interactie/ feedback plaats. De ouders/ verzorgers worden altijd op de hoogte gehouden over de gang van zaken met betrekking tot hun kinderen. Daarnaast begeleiden de directie en de leerkrachten de leerlingen goed. Dit is positief voor het imago van de basisschool.
S4	Goed gebruik communicatiemiddelen/ communicatief sterk
	De Piramide gebruikt de beschikbare communicatiemiddelen goed. O.a. de nieuwsbrief en de website zijn up-to-date en bevatten alle noodzakelijke informatie. Daarnaast communiceert de Piramide ook een aantal keer per jaar met de krant/ Omroep Flevoland om Free Publicity te genereren.

4.1.2 Weaknesses

W1	Afname leerling-populatie
	Het aantal leerlingen is tussen de schooljaren 2002/2003 en 2007/2008 gedaald met circa 13%.
W2	Afname gemiddelde CITO-score
	De afgelopen schooljaren zijn de gemiddelde CITO-scores afgenomen. Dit heeft zijn betrekking op zowel rekenen, studievoordigheden als taal, waarbij de sterkste daling wordt gekenmerkt door het onderdeel rekenen. Dit kan leiden tot een slechter imago wat betreft de onderwijskwaliteit van de basisschool.
W3	Weinig samenwerking met andere PO scholen
	de projecten in samenwerking met het Bouwmeesterhuis is er weinig samenwerking tussen de Piramide en de andere PO's. De school is daardoor niet (echt) op de hoogte van alle ontwikkelingen, projecten etc. die zich op andere PO scholen afspelen.
W4	Geen budget voor communicatie
	Wanneer er een budget voor communicatie is kan dit ook ten alle tijden worden gebruikt om te communiceren. PO de Piramide heeft echter geen budget, waardoor dit problemen kan

	opleveren wanneer de directie wil communiceren naar de doelgroepen.
W5	Geen communicatiebeleid
	Er worden verschillende communicatiemiddelen ingezet met een bepaald doel, maar er staat niets concreet vast.

4.2 Strengths & Weaknesses PO de Manse

4.2.1 Strengths

S1	Toename leerlingen zonder onderwijsachterstand
	Het aantal leerlingen die niet tot de doelgroep van het onderwijsachterstand horen (leergewicht 0.00) is toegenomen. Dit kan bijdragen aan een positief imago van de Manse
S2	Toename gemiddelde CITO-scores
	De afgelopen schooljaren zijn de CITO-scores toegenomen. Dit wijst op een verbeterd onderwijskwaliteit.
S3	Goede planmatige verbetertrajecten
	Volgens de onderwijsinspectie werkt de Manse goed aan planmatige verbetertrajecten. Zowel het onderwijskwaliteit als de feedback/ interactie met ouders/ verzorgers verbetert. Dit geeft aan dat de Manse de kwaliteit van haar school verbeterd en hierdoor een beter imago krijgt.
S4	Zelfde directie als PO de Piramide
	Doordat PO de Manse en de Piramide dezelfde directie genieten, betekend dit dat de directie weet wat er zich op de scholen afspeelt. De directie heeft hierdoor goed zicht op de verschillen in het gegeven onderwijs etc.
S5	Goede individuele aandacht
	Zowel de leerkrachten als Interne Begeleiders besteden goede aandacht aan de leerlingen. Ze zijn betrokken en volgen de leerlingen (steeds meer) nauwlettend, waardoor het imago van de school beter wordt.

4.2.2 Weaknesses

W1	Daling belangstellingspercentage
	Het belangstellingspercentage is tussen de schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 gedaald met 10%. Daling van het belangstellingspercentage kan als oorzaak hebben dat er weinig gecommuniceerd wordt (en gebruik van wordt gemaakt), waardoor potentiële ouders/ verzorgers niet (goed) op de hoogte zijn van de basisschool.
W2	Flinke terugval aantal leerlingen
	Tussen de schooljaren 2002/2003 en 2007/ 2008 is de leerling-populatie op de Manse drastisch gedaald, met circa 35%. Als deze daling in de toekomst zal doorzetten komt het voortbestaan van de basisschool in gevaar.
W3	Onvoldoende sociale veiligheid voor leerlingen en personeel
	Volgens de onderwijsinspectie waarborgt de Manse onvoldoende sociale veiligheid voor haar leerlingen en personeel. Dit zorgt voor een negatief imago voor de school.
W4	Geen (duidelijke) positionering
	PO de Manse heeft geen (duidelijke) positionering. Er zijn slechts richtlijnen die de positionering zou moeten uitstralen.
W5	Weinig samenwerking met andere PO scholen
	Behalve de projecten in samenwerking met het Bouwmeesterhuis is er weinig samenwerking tussen de Manse en de andere PO's. De school is daardoor niet (echt) op de hoogte van alle

	ontwikkelingen, projecten etc. die zich op andere PO scholen afspelen.
W6	Weinig gebruik (beschikbare) communicatiemiddelen
	PO de Manse maakt weinig gebruik van (beschikbare) communicatiemiddelen. De primair up-to-date communicatiemiddel dat nu wordt gebruikt is de nieuwsbrief, maar er zouden meer communicatiemiddelen (frequent) moeten worden ingezet zodat de doelgroepen goed op de hoogte worden gehouden.
W7	Geen budget voor communicatie
	Wanneer er een budget voor communicatie is kan dit ook ten alle tijden worden gebruikt om te communiceren. PO de Manse heeft echter geen budget, waardoor dit problemen kan opleveren wanneer de directie wil communiceren naar de doelgroepen.
W8	Geen communicatiebeleid
	Er worden verschillende communicatiemiddelen ingezet met een bepaald doel, maar er staat niets concreet vast.
W9	Website niet operationeel
	De website van de Manse is nog steeds onder constructie. Hierdoor heeft de Manse niet de mogelijkheid om digitaal te communiceren en lopen zij zo een hoop kansen mis.

4.3 Strengths & Weaknesses PO de Trinoom

4.3.1 Strengths

S1	Toename belangstellingspercentage
	Het belangstellingspercentage is tussen de schooljaren 2002/2003 en 2006/2007 toegenomen met 13%. Dit komt volgens de directie door een toename van mond-tot-mond reclame en het organiseren van open dagen.
S2	Meerderheid leerlingen behoort niet tot de doelgroep van het onderwijsachterstandenbeleid
	Gedurende de schooljaren 2002/2003 tot 2007/2008 behoort circa 90% van de leerlingen tot de doelgroep met géén onderwijsachterstand.
S3	Toename gemiddelde CITO-scores
	De afgelopen schooljaren zijn de CITO-scores toegenomen. Dit wijst op een verbeterd onderwijskwaliteit.
S4	Behoud en verbetering onderwijskwaliteit
	Volgens de onderwijsinspectie zorgt de school voor behoud en verbetering van de kwaliteit van haar onderwijs.
S5	Goede inzet communicatiemiddelen
	De Trinoom maakt goed gebruik van de huidige (beschikbare) communicatiemiddelen. Zo verschijnt de nieuwsbrief wekelijks en is de website up-to-date. Daarnaast worden er open dagen georganiseerd om potentiële leerlingen te werven en de school te profileren.

4.3.2 Weaknesses

W1	Onvoldoende sociale veiligheid voor leerlingen en personeel
	Volgens de onderwijsinspectie waarborgt de basisschool onvoldoende sociale veiligheid voor haar leerlingen en personeel. Dit zorgt voor een negatief imago voor de school.
W2	Weinig samenwerking met andere PO scholen
	Behalve de projecten in samenwerking met het Bouwmeesterhuis is er weinig samenwerking tussen de Trinoom en de andere PO's. De school is daardoor niet (echt) op de hoogte van

	alle ontwikkelingen, projecten etc. die zich op andere PO scholen afspelen.
W3	Geen budget voor communicatie
	Wanneer er een budget voor communicatie is kan dit ook ten alle tijden worden gebruikt om te communiceren. PO de Trinoom heeft echter geen budget, waardoor dit problemen kan opleveren wanneer de directie wil communiceren naar de doelgroepen.
W4	Geen communicatiebeleid
	Er worden verschillende communicatiemiddelen ingezet met een bepaald doel, maar er staat niets concreet vast.
W5	Imago van slechte leerresultaten
	Volgens de directie van de Trinoom heeft de basisschool een imago dat zich kenmerkt door slechte leerresultaten, wat kan leiden tot minder aanmeldingen en afmeldingen van (potentiële) leerlingen.

4.4 Opportunities & Threats PO's

4.4.1 Opportunities

Algemeen	
O1	Bouwmeesterbuurt kiest voor PO school in Bouwmeesterbuurt
	Ouders/ verzorgers uit de Bouwmeesterbuurt kiezen bewust voor een school in de Bouwmeesterbuurt.
O2	De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/ probleemwijk
	De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/ probleemwijk, wat duidt op een wijk die sociaal-cultureel, demografisch en economisch goed in elkaar zit.
O3	Almere is een sociaal-culturele stad
	Er worden veel evenementen en activiteiten georganiseerd in Almere. Hier werken veel organisaties aan mee en de Almeerders bezoeken deze evenementen en activiteiten graag.
O4	Toename voorzieningen Almere Buiten
	Met ingang van het Masterplan Centrumplan Almere buiten wordt het tot 2012 gebouwd aan een compact en compleet centrum van Almere Buiten. Hierdoor zullen o.a. meer bedrijven, woningen en voorzieningen ontstaan, wat leidt tot een bruisender en levendiger Almere Buiten.
O5	Genereren free publicity
	De school doet niet/ nauwelijks aan Free Publicity. Wanneer zij hier actief gebruik van maken komt de school beter in beeld en krijgt het meer naamsbekendheid. Het voordeel van Free Publicity is dan ook dat het 'gratis' verworven kan worden.
PO de Manse	
O5	Een echte buurtschool
	De Manse is een echte buurtschool. Ouder/ verzorgers uit de Bouwmeesterbuurt hebben voor deze school gekozen omdat deze dichtbij ligt.
O6	School valt niet goed op
	De Manse valt niet goed op voor (potentiële) ouders/ verzorgers. Dit komt o.a. doordat de school geen duidelijke naambord heeft en niet goed zichtbaar is in de wijk. Dit kan bij (potentiële) ouders/ verzorgers de indruk wekken dat de school niet echt veilig is, wat zorgt voor een slechter imago.
PO de Piramide	
O7	Geen gekleurde school imago
	De ouders/ verzorgers zien de Piramide niet als een gekleurde school, terwijl de Piramide dit wel is. Dit is gunstig voor het imago en hiermee moet rekening worden gehouden in de communicatie naar (potentiële) ouders/ verzorgers.

08	School heeft goed imago
	De school heeft een goed imago en wordt door ouders/ verzorgers gezien als ' <i>Klein, gezellig, communicatief, interactief, goed onderwijs en sfeervol</i> '. De mond-tot-mond reclame naar potentiële ouders/ verzorgers kunnen zorgen voor nog meer aanmeldingen.
PO de Trinoom	
09	De enige (openbare) Montessorischool in Almere Buiten
	PO de Trinoom is de enige openbare Montessorischool in Almere Buiten. Ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat zij het belangrijk vinden dat de school in de buurt ligt. Het is daarom een kans voor PO de Trinoom om deze opportuniteit te gebruiken in de profilering van de school, zodat potentiële ouders/ kinderen in de wijk zullen kiezen voor deze basisschool.

4.4.2 Threats

Algemeen	
T1	Betekenis Montessorionderwijs niet duidelijk bij ouders/ verzorgers
	Ouders/ verzorgers weten vaak niet wat Montessorionderwijs betekent. Dit kan komen doordat zij niet goed op de hoogte zijn gebracht en daardoor een vertekend beeld over dit onderwijsconcept hebben. Dit kan er toe leiden dat ouders/ verzorgers bewust niet kiezen voor een Montessorischool en liever een anders onderwijsconcept willen genieten.
T2	Verschillende onderwijsconcepten in Almere Buiten (concurrentie)
	Er zijn verschillende openbare onderwijsscholen in Almere Buiten, die alleen een onderwijsconcept aanbieden. Dit verschil in onderwijsconceptkeuze kan er toe leiden dat ouders/ verzorgers niet kiezen voor Montessorionderwijs maar voor andere onderwijsconcepten.
T3	Weinig speelvoorzieningen voor kinderen
	Almere Buiten heeft weinig speelvoorzieningen voor kinderen tot en met 12 jaar. Ouders/ verzorgers vinden het belangrijk dat hun kinderen kunnen spelen, plezier maken en zich zo kunnen (door)ontwikkelen. Dit kan er toe leiden dat de ouders/ verzorgers liever in een ander stadsdeel willen wonen.
T4	Laag inkomen inwoners/ gezinnen Bouwmeesterbuurt
	De Bouwmeesterbuurt heeft veel inwoners/ gezinnen met een laag inkomen. Deze ouders hebben minder geld om uit te geven aan bijvoorbeeld activiteiten/ schooluitstapjes etc. voor hun kinderen. Dit kan leiden tot problemen op school omdat ouders/ verzorgers bijvoorbeeld geen geld hebben om dergelijke kosten te betalen.
PO de Manse	
T5	Geen digitale informatie
	Doordat de website van de Manse nog niet operationeel is, kunnen (potentiële) ouders/ verzorgers geen informatie over de basisschool vinden. Hierdoor wordt de basisschool onaantrekkelijk voor (potentiële) ouders/ verzorgers
T6	Schoolgebouw en –terrein niet in orde
	De school heeft weinig voorzieningen voor de kinderen en heeft geen omheining. Daarnaast is het sanitair in het schoolgebouw verouderd en heeft het een opknabbeurt nodig. (potentiële) Ouders/ verzorgers kunnen hierdoor afhaken bij de (voortzetting van de) schoolkeuze.
T7	School niet echt bekend
	De school staat niet echt bekend. De communicatie naar externen (o.a. potentiële ouders/ verzorgers) is gering, waardoor men niet op de hoogte is van de school. Dit kan o.a. leiden tot geen/weinig mond-tot-mond reclame.
PO de Piramide	
T8	Schoolgebouw en –terrein niet in orde

	De school heeft weinig voorzieningen voor de kinderen en heeft geen omheining. Daarnaast is het sanitair in het schoolgebouw verouderd en heeft het een opknapbeurt nodig. (potentiële) Ouders/ verzorgers kunnen hierdoor afhaken bij de (voortzetting van de) schoolkeuze.
--	---

5 Confrontatiematrix

In de onderstaande confrontatiematrixen worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen per primair onderwijsschool met elkaar gecombineerd. Eventuele samenhang wordt met een + of – aangegeven.

In het volgende hoofdstuk, de strategische opties, wordt gekeken welke strategische opties voor de basisscholen van belang zijn. Dit zijn tevens de hoogtepunten van de confrontatiematrixen.

Legenda

+/+	Veel samenhang	S:	Sterkte (Strength)
+/-	Meer wel dan geen samenhang	W:	Zwakte (Weakness)
-/+	Meer geen dan wel samenhang	O:	Kans (Opportunitie)
-/-	Weinig tot geen samenhang	T:	Bedreiging (Threat)

5.1 PO de Piramide

		INTERNE ANALYSE										
		S1: Goede onderwijskwaliteit	S2: Zelfde directie als PO de Manse	S3: Goede interpersoonlijke communicatie en begeleiding	S4: Goed gebruik communicatiemiddel- en/ communicatief sterk	W1: Afname leerling-populatie	W2: Afname gemiddelde CITO-score	W3: Weinig samenwerking met andere PO scholen	W4: Geen budget voor communicatie	W5: Geen communicatiebeleid	Aantal +	Aantal -
EXTERNE ANALYSE	O1: Bouwmeesterbuurt kiest voor PO school in Bouwmeesterbuurt	+/+	-/-	-/+	+/-	-/+	+/-	-/-	-/+	+/-	8	10
	O2: De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/ probleemwijk	-/+	-/+	-/+	-/-	+/-	-/-	+/-	-/-	-/-	5	13

O3: Almere is een sociaal-culturele stad	+/-	-/-	-/-	+/-	-/-	-/-	+/-	-/+	-/-	4	14
O4: Toename voorzieningen Almere Buiten	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	1	17
O5: Genereren free publicity	+/-	-/-	+/-	+/+	-/-	-/-	+/-	+/+	+/+	9	9
O6: Geen gekleurde school imago	-/+	-/-	+/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/+	-/+	5	13
O7: School heeft goed imago	+/+	-/-	+/+	+/+	-/-	-/-	-/-	-/+	+/-	8	10
T1: Betekenis Montessorionderwijs niet duidelijk bij ouders/ verzorgers	-/+	-/-	-/+	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	3	15
T2: Verschillende onderwijsconcepten in Almere Buiten (concurrentie)	+/-	-/+	-/+	-/+	+/-	-/+	+/-	-/-	-/+	8	10
T3: Weinig speelvoorzieningen voor kinderen	-/-	-/-	-/+	-/-	+/-	-/-	-/-	-/-	-/-	2	16
T4: Laag inkomen inwoners/ gezinnen Bouwmeesterbuurt	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	0	18
T5: Schoolgebouw en –terrein niet in orde	+/-	-/-	+/-	+/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	4	14
Aantal +	11	2	10	9	6	2	4	6	6		
Aantal -	13	22	14	15	18	22	20	18	18		

5.2 Po de Manse

		INTERNE ANALYSE															
		S1: Toename leerlingen zonder onderwijsachterstand	S2: Toename gemiddelde CITO-scores	S3: Goede planmatige verbetertrajecten	S4: Zelfde directie als PO de Piramide	S5: Goede individuele aandacht	W1: Daling belangstellingspercentage	W2: Flinke terugval aantal leerlingen	W3: Onvoldoende sociale veiligheid voor leerlingen en personeel	W4: Geen (duidelijke) positionering	W5: Weinig samenwerking met andere PO scholen	W6: Weinig gebruik (beschikbare) communicatiemiddelen	W7: Geen budget voor communicatie	W8: Geen communicatiebeleid	W9: Website niet operationeel	Aantal +	Aantal -
EXTERNE ANALYSE	O1: Bouwmeesterbuurt kiest voor PO school in Bouwmeesterbuurt	-/-	+/-	-/+	-/-	+/-	-/+	-/+	-/+	+/-	-/-	-/+	-/+	-/+	+/-	11	17
	O2: De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/probleemwijk	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/+	-/-	-/+	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	4	24
	O3: Almere is een sociaal-culturele stad	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	1	27
	O4: Toename voorzieningen Almere Buiten	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	+/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	3	25
	O5: Genereren free publicity	-/-	+/-	+/-	-/-	+/-	+/-	-/+	-/-	+/+	-/+	+/-	+/+	+/+	+/+	15	13
	O6: Een echte buurtschool	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/+	-/+	+/+	-/+	+/-	+/-	+/-	-/+	10	18

O7: School valt niet goed op	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/+	-/+	+/+	-/+	+/+	+/+	+/+	+/+	10	18
T1: Betekenis Montessorionderwijs niet duidelijk bij ouders/ verzorgers	-/-	-/-	-/+	-/-	+/+	+/+	-/+	-/+	+/+	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	6	22
T2: Verschillende onderwijsconcepten in Almere Buiten (concurrentie)	-/-	-/-	-/+	+/+	-/+	+/+	-/+	+/+	+/+	-/+	+/+	-/+	+/+	-/+	12	16
T3: Weinig speelvoorzieningen voor kinderen	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/+	-/+	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	4	24
T4: Laag inkomen inwoners/ gezinnen Bouwmeesterbuurt	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	0	28
T5: Geen digitale informatie	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	+/+	+/+	-/-	+/+	-/-	+/+	+/+	+/+	+/+	12	16
T6: Schoolgebouw en –terrein niet in orde	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/+	-/+	-/+	-/+	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	6	22
T7: School niet echt bekend	-/-	-/-	-/+	-/-	-/+	+/+	+/+	-/-	+/+	-/+	+/+	+/+	+/+	+/+	16	12
Aantal +	0	2	10	1	5	13	10	9	13	7	10	10	10	10		
Aantal -	28	26	18	27	23	15	18	19	15	21	18	18	18	18		

5.3 PO de Trinoom

		INTERNE ANALYSE											
		S1: Toename belangstellings-percentage	S2: Meerderheid leerlingen behoort niet tot de doelgroep van het onderwijsachterstands- beleid	S3: Toename gemiddelde CITO-scores	S4: Behoud en verbetering onderwijskwaliteit	S5: Goede inzet communicatiemiddelen	W1: Onvoldoende sociale veiligheid voor leerlingen en personeel	W2: Weinig samenwerking met andere PO scholen	W3: Geen budget voor communicatie	W4: Geen communicatiebeleid	W5: Imago van slechte leerresultaten	Aantal +	Aantal -
EXTERNE ANALYSE	O1: Bouwmeesterbuurt kiest voor PO school in Bouwmeesterbuurt	+/-	-/-	-/-	-/+	+/-	-/+	-/-	+/-	+/-	+/-	7	13
	O2: De Bouwmeesterbuurt is geen risico-/ probleemwijk	+/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	3	17
	O3: Almere is een sociaal-culturele stad	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	1	19
	O4: Toename voorzieningen Almere Buiten	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	1	19
	O5: Genereren free publicity	+/-	-/-	-/+	-/+	+/+	-/-	-/+	+/+	+/-	+/+	11	9
	O6: De enige Montessorischool in Almere Buiten	+/+	-/-	-/-	-/+	+/+	-/-	-/+	+/+	+/+	-/+	11	9

T1: Betekenis Montessori-onderwijs niet duidelijk bij ouders/verzorgers	+/+	-/-	-/-	+/-	+/-	-/-	-/+	+/+	+/+	+/-	10	10
T2: Verschillende onderwijs-concepten in Almere Buiten (concurrentie)	+/-	-/-	-/-	-/+	+/-	-/-	+/-	+/-	+/+	+/-	8	12
T3: Weinig speelvoorzieningen voor kinderen	+/-	-/-	-/-	-/+	-/-	-/+	-/-	-/-	-/-	-/-	3	17
T4: Laag inkomen inwoners/ gezinnen Bouwmeesterbuurt	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/+	1	19
Aantal +	9	0	1	7	7	3	6	8	8	7		
Aantal -	11	20	19	13	13	17	14	12	12	13		

6 Strategische opties

Uit de bovenstaande confrontatiematrices ontstaan strategische aandachtsvelden. De belangrijkste opties voortkomend uit die confrontatiematrices zullen hieronder per primair onderwijsschool worden besproken. De gekozen optie van elke primair onderwijsschool wordt vervolgens per geplaatst in het Six-C model.

6.1 PO de Piramide

6.1.1 Het duidelijk profileren van de school in de Bouwmeesterbuurt

PO de Piramide is een school waarvan bijna alle leerlingen woonachtig zijn in de Bouwmeesterbuurt. Uit onderzoek is gebleken dat veel ouders/ verzorgers niet goed bekend zijn met de verschillende onderwijsconcepten van de drie primair onderwijsscholen in de Bouwmeesterbuurt (Montessori- en Openbaaronderwijs). Dit kan onder andere leiden tot een afname van aanmeldingen. Door de school duidelijk te profileren wordt duidelijk waar PO de Piramide voor staat en wat het verschil is in de verschillende onderwijsconcepten.

6.1.2 Het creëren van een communicatiebeleid

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat PO de Piramide goed gebruik maakt van de communicatiemiddelen die zij tot haar beschikking heeft. Dit heeft er onder andere voor gezorgd dat de school een goed imago heeft bij ouders/ verzorgers. PO de Piramide heeft echter geen communicatiebeleid. Het opzetten van een communicatiebeleid zorgt ervoor dat de communicatiemiddelen nog effectiever en efficiënter worden ingezet, waarmee de school haar imago nog meer kan versterken en haar uitstekende onderwijskwaliteit nog beter kan communiceren naar de doelgroepen. Daarnaast wordt in het communicatiebeleid ook vastgelegd hoe de school nog meer gebruik kan maken van free publicity. Ook wordt met een communicatiebeleid inzichtelijk wat het benodigd budget is voor het inzetten van de communicatiemiddelen, iets wat tot op heden nog ontbreekt.

Er moet dus een apart communicatiebeleid komen, omdat PO de Piramide dit niet heeft. De school moet hierin investeren/ tijd steken (in communicatie), zodat (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk attent worden gemaakt op de school. Als PO de Piramide de aandacht trekt raken ouders/ verzorgers geïnteresseerd in de school.

6.1.2.1 Gekozen optie

De kansen en bedreigingen uit de SWOT-analyse en confrontatiematrix van PO de Piramide geven aan dat deze veel samenhang vertonen met een duidelijk, gestructureerd communicatiebeleid. Dit beleid ontbreekt nog bij PO de Piramide. Met een communicatiebeleid wordt ingespeeld op de positionering van de school en een nog effectievere en efficiëntere communicatie met de doelgroepen.

Het creëren van een communicatiebeleid is voor PO de Piramide de gekozen optie en geldt als rode draad voor het communicatieplan en de aanbevelingen die in de hierop volgende hoofdstukken aan bod komen.

6.2 Po de Manse

6.2.1 Profileren van PO de Manse als echte buurtschool

Uit het onderzoek is gebleken dat PO de Manse als een echte buurtschool gezien wordt. Ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat zij dit belangrijk vinden in het maken van een schoolkeuze: De school moet dichtbij zijn en het gevoel geven dat het een buurtschool is. Wanneer PO de Manse in

haar communicatie hier op in speelt kan dit ervoor zorgen haar imago hierdoor versterkt, de belangstelling groter wordt en dat de school nog meer leerlingen aantrekt.

6.2.2 Het creëren van een communicatiebeleid

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat PO de Manse geen communicatiebeleid heeft. Daarnaast maakt de school weinig gebruik van de beschikbare communicatiemiddelen, is er geen communicatiebudget en is de school niet echt bekend.

Het opzetten van een communicatiebeleid zorgt ervoor dat de communicatiemiddelen nog effectiever en efficiënter worden ingezet, waarmee de school haar imago nog meer kan versterken. Dit kan ervoor zorgen dat de belangstelling groter wordt en er meer leerlingen aangetrokken worden. Het inzetten van free publicity wordt ook vastgelegd in het communicatiebeleid, wat ook zorgt voor meer naamsbekendheid van de school.

Er moet dus een apart communicatiebeleid komen, omdat PO de Manse dit niet heeft. De school moet hierin investeren/ tijd steken (in communicatie), zodat (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk attent worden gemaakt op de school. Als PO de Manse de aandacht trekt raken ouders/ verzorgers geïnteresseerd in de school.

6.2.2.1 Gekozen optie

Het onderzoek naar PO de Manse geeft aan dat veel kansen en bedreigingen samenhang vertonen met een duidelijk, gestructureerd communicatiebeleid. Dit beleid ontbreekt nog bij PO de Manse. Met een communicatiebeleid wordt ingespeeld op de positionering van de school die tot op heden niet duidelijk is. Daarnaast zorgt een communicatiebeleid voor een nog effectievere en efficiëntere communicatie met de doelgroepen en zal onder andere meer naamsbekendheid worden gegenereerd.

Het creëren van een communicatiebeleid is voor PO de Manse de gekozen optie en geldt als rode draad voor het communicatieplan en de aanbevelingen die in de hierop volgende hoofdstukken aan bod komen.

6.3 PO de Trinoom

6.3.1 Het creëren van een communicatiebeleid

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat PO de Trinoom geen duidelijke communicatie richtlijnen, structuur en budget heeft. Het opzetten van een communicatiebeleid zorgt ervoor dat de communicatiemiddelen nog effectiever en efficiënter worden ingezet.

De communicatie die in het communicatiebeleid wordt vastgelegd moet duidelijk maken wat Montessorionderwijs is en dat PO de Trinoom de enige Montessorischool van Almere Buiten is. Tevens kan met het communicatiebeleid het imago van slechte leerresultaten worden weggenomen, door in te spelen op onder andere de toename van het belangstellingspercentage, het goede onderwijskwaliteit en de toename van de gemiddelde CITO-scores.

Daarnaast wordt in het communicatiebeleid ook vastgelegd hoe de school gebruik kan maken van free publicity om zo onder andere meer naamsbekendheid te genereren.

Er moet dus een apart communicatiebeleid komen, omdat PO de Trinoom dit niet heeft. De school moet hierin investeren/ tijd steken (in communicatie), zodat (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk attent worden gemaakt op de school. Als PO de Trinoom de aandacht trekt raken ouders/ verzorgers geïnteresseerd in de school.

6.3.1.1 Gekozen optie

Uit de SWOT-analyse en confrontatiematrix van PO de Trinoom wordt duidelijk dat veel kansen en bedreigingen samenhang vertonen met een duidelijk, gestructureerd communicatiebeleid. Dit beleid ontbreekt nog bij PO de Trinoom. Met een communicatiebeleid wordt ingespeeld op de positionering van de school als de enige Montessorischool in Almere Buiten en wat het Montessorionderwijs nu precies is. Daarnaast zorgt een communicatiebeleid voor een nog effectievere en efficiëntere communicatie met de doelgroepen en zal onder andere het imago van slechte leerresultaten worden weggenomen.

Het creëren van een communicatiebeleid is voor PO de Trinoom de gekozen optie en geldt als rode draad voor het communicatieplan en de aanbevelingen die in de hierop volgende hoofdstukken aan bod komen.

7 Marketingcommunicatieplan

Dit marketingcommunicatieplan is opgesteld ten behoeve van de profilering van drie primair onderwijs scholen die vallen onder de Almeerse Scholen groep.

7.1 Onderzoek naar consument en product

Het onderzoek in het onderzoeksplan (interne en externe analyse, de SWOT analyse en de confrontatiematrix) heeft inzicht gegeven in de consument ((potentiële) ouders en kinderen in de wijk) en het product (de basisscholen en hun onderwijs). Over de belangrijkste eigenschappen en voordelen en de concurrentie kan het volgende worden gezegd:

7.1.1 De belangrijkste eigenschappen en voordelen

De belangrijkste eigenschappen en voordelen van PO de Piramide, de Manse en de Trinoom worden in onderstaande tabel weergegeven:

	PO de Piramide	PO de Manse	PO de Trinoom
Belangrijkste eigenschappen en voordelen (benefits)	⌘ Goed onderwijskwaliteit; ⌘ Goede interpersoonlijke communicatie; ⌘ Communicatief sterk; ⌘ Sfeervol.	⌘ Wordt gezien als een echte buurtschool (in sfeer/ uitstraling en omgang); ⌘ Goede individuele aandacht; ⌘ Verbetering feedback/ interactie met ouders/ verzorgers.	⌘ Enige Montessorischool in Almere Buiten; ⌘ Hoog belangstellingspercentage.

7.1.2 Concurrentie

Na aanleiding van het onderzoek is gebleken dat voor (potentiële) ouders van kinderen in de wijk het schoolconcept en de afstand tot de school de hoogste plaats innemen in het schoolkeuze beslissingsproces. PO de Trinoom is de enige Montessorischool in Almere Buiten. Doordat ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat zij een school voor hun kind(eren) wensen die dichtbij ligt, is de kans groot dat zij (wanneer de ouders/ verzorgers kiezen voor het Montessoriconcept) zullen kiezen voor PO de Trinoom.

PO de Piramide en de Manse zijn beiden openbare basisscholen en liggen dicht bij elkaar. Doordat zij hetzelfde onderwijsconcept aanbieden kunnen zij elkaar als concurrentie zien.

Daarnaast kan uit het onderzoek geconcludeerd worden dat er (bijna) geen concurrentie is tussen de scholen, wat betreft denominaties³⁰, omdat ouders/ verzorgers kiezen voor een school in de buurt en er weinig wordt gekeken naar denominatie.

Het onderzoek heeft aangetoond dat naast afstand en het schoolconcept ook de uitstraling van de school meespeelt in het beslissingsproces en is daardoor een belangrijke factor die mee kan spelen in de concurrentie van PO de Piramide en de Manse. De directeuren van deze twee basisscholen hebben aangegeven dat zij elkaar niet als concurrentie zien en dat ook niet ervaren.

³⁰ bepaalde levensbeschouwelijke identiteit van de school. Onderscheiden worden: openbaar, algemeen bijzonder, katholiek, protestants christelijk en overig.

7.2 Marketingcommunicatiedoelgroep

Hieronder worden de doelgroepen van het marketingcommunicatieplan genoemd en toegelicht, gesegmenteerd in primaire, secundaire en intermediaire doelgroepen. Deze doelgroepen zijn voor zowel PO de Piramide, de Manse als de Trinoom hetzelfde.

7.2.1 Primair

7.2.1.1 Potentiële ouders/ kinderen in de wijk

Voor zowel PO de Piramide, de Manse en de Trinoom zijn potentiële ouders/ kinderen de belangrijkste doelgroep. Deze potentiële ouders/ kinderen zijn afkomstig uit de Bouwmeesterbuurt in Almere Buiten. Afstand tot de school speelt een belangrijke rol in het schoolkeuze beslissingsproces voor hun kind(eren). De school moet dichtbij gesitueerd zijn, zodat de school/ kinderen makkelijk en snel te bereiken zijn.

De potentiële ouders/ kinderen in de wijk bestaan grotendeels uit allochtonen met een laag inkomen.

7.2.2 Secundair

7.2.2.1 Ouders/ verzorgers van de kinderen van de primair onderwijsscholen

Net als de primaire doelgroep zijn de ouders/ kinderen grotendeels afkomstig uit de Bouwmeesterbuurt in Almere Buiten. De afstand tot de school was voor deze doelgroep het belangrijkste motief om tot een schoolkeuze voor hun kind(eren) te komen. Daarnaast vindt de doelgroep het belangrijk dat de school veilig is en dat hun kind(eren) baat hebben bij het gekozen onderwijsconcept.

7.2.3 Intermediair

7.2.3.1 Teamleden van de school

De teamleden van de school bestaan uit alle medewerkers die op de PO scholen werkzaam zijn. Zij komen dagelijks in contact met (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk en moeten de boodschap overbrengen en uitstralen naar de primaire en secundaire doelgroep.

7.2.3.2 De Almeerse Scholen groep

Als onderwijsbestuur heeft de Almeerse Scholen Groep een nauwe band met de drie primair onderwijsscholen. Volgens de filosofie van de Almeerse Scholen Groep staan de scholen centraal, maar functioneren ze wel binnen één concern.

PO de Piramide, de Manse en de Trinoom worden vanuit de Almeerse Scholen Groep aangestuurd door een clusterdirecteur. De Clusterdirecteur heeft als voornaamste taak het toezien op de voortgang zowel inhoudelijk als qua bedrijfsvoering en het coachen van de scholen waar nodig. Daarnaast is het voor de Almeerse Scholen Groep van belang om de boodschap van de scholen over te brengen en uit te stralen naar zowel de scholen als de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk.

7.3 Marketingcommunicatiedoelstellingen

De marketingcommunicatiedoelstellingen worden hieronder per school weergegeven. Deze marketingcommunicatiedoelstellingen zijn per primair onderwijsschool ingedeeld in kennis-, houdings- en gedragsdoelstellingen.

7.3.1 PO de Piramide

7.3.1.1 Kennis

- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk op de hoogte worden gesteld dat PO de Piramide een sfeervolle, gezellig school is met goede interpersoonlijke communicatie- en onderwijskwaliteiten;
- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 50% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide:
 - 12 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 80% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide.

7.3.1.2 Houding

- ⌘ Aan het einde van schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk PO de Piramide zien als een sfeervolle, gezellig school is met goede interpersoonlijke communicatie- en onderwijskwaliteiten;
- ⌘ 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 30% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk de school willen bezoeken voor meer informatie/ nadere kennismaking;
- ⌘ 9 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet 20% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk willen kiezen voor PO de Piramide.

7.3.1.3 Gedrag

- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het belangstellingspercentage ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 5%;
- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het aantal aanmeldingen ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 2%.

7.3.2 PO de Manse

7.3.2.1 Kennis

- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk op de hoogte worden gesteld dat PO de Manse een echte buurtschool is, waar veel aandacht wordt besteed aan individuele aandacht en waar veel interactie/ feedback met ouders/ verzorgers plaatsvindt;
- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 60% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide:
 - 12 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 90% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide;
- ⌘ Binnen 2 maanden na lancering van de website moet 75% van de ouders van leerlingen op de hoogte zijn van de website en de informatie die zij daar kunnen raadplegen;
 - Binnen 6 maanden na lancering van de website moet 100% van de ouders van leerlingen op de hoogte zijn van de website en de informatie die zij daar kunnen raadplegen.

7.3.2.2 Houding

- ⌘ Aan het einde van schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk PO de Manse zien als een echte buurtschool is, waar veel aandacht wordt

besteed aan individuele aandacht en waar veel interactie/ feedback met ouders/ verzorgers plaatsvindt;

- ⌘ 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 40% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk de school willen bezoeken voor meer informatie/ nadere kennismaking;
- ⌘ 9 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet 30% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk willen kiezen voor PO de Manse.

7.3.2.3 Gedrag

- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het belangstellingspercentage ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 5%;
- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het aantal aanmeldingen ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 2%;
- ⌘ Binnen 6 maanden na lancering van de website moet ten minste 50% van de ouders van leerlingen de website hebben bezocht:
 - Binnen 12 maanden na lancering van de website moet ca. 80% van de ouders van leerlingen de website hebben bezocht.

7.3.3 PO de Trinoom

7.3.3.1 Kennis

- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk op de hoogte worden gesteld dat PO de Trinoom de enige Montessorischool in Almere Buiten is, waar het kind de vrijheid krijgt om zichzelf te ontplooiën en te ontwikkelen, volgens het Montessoriconcept;
- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 40% van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk weten wat Montessorionderwijs is:
 - 12 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 90% van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk weten wat Montessorionderwijs is;
- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 60% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide:
 - 12 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 90% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk op de hoogte zijn van de positionering van PO de Piramide.

7.3.3.2 Houding

- ⌘ Aan het einde van schooljaar 2010-2011 moeten ouders/ verzorgers en potentiële ouders van kinderen in de wijk PO de Trinoom zien als de enige Montessorischool in Almere Buiten is, waar het kind de vrijheid krijgt om zichzelf te ontplooiën en te ontwikkelen, volgens het Montessoriconcept;
- ⌘ Binnen 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet 70% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk een positieve houding hebben bij het onderwijsconcept;
- ⌘ 6 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet ca. 40% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk de school willen bezoeken voor meer informatie/ nadere kennismaking;
- ⌘ 9 maanden na aanvang van het schooljaar 2010-2011 moet 30% van de potentiële ouders/ kinderen in de wijk willen kiezen voor PO de Trinoom.

7.3.3.3 Gedrag

- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het belangstellingspercentage ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 2%;

- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het aantal aanmeldingen ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 8%;
- ⌘ In het schooljaar 2010-2011 moet het aantal aanmeldingen ten opzichte van schooljaar 2009-2010 zijn toegenomen met 2%.

7.4 Marketingcommunicatiestrategie

De positionering³¹ en de propositie³² worden hieronder per primair onderwijsschool weergegeven.

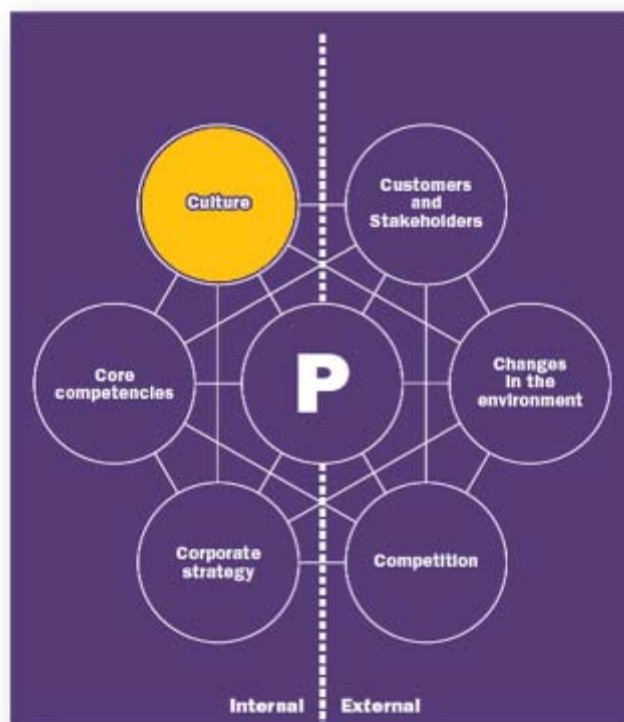
7.4.1 Positionering volgens het Six-C model

De gekozen strategische opties (hoofdstuk 6) hebben allen betrekking op het ontwikkelen van een communicatiebeleid. Dit is een belangrijk onderdeel van een organisatie en dient als het ware als basis voor de (communicatie)activiteiten die de primair onderwijsscholen uitvoeren.

Om het communicatiebeleid vorm te geven is hieronder het Six-C model toegepast op de primair onderwijsscholen. Elk aspect binnen het Six-C model beschijft in grote lijnen hoe de primair onderwijsscholen zich moeten profileren.

Het Six-C model is gericht op de lange termijn. Omdat de primair onderwijsscholen nu al actie moeten ondernemen is het van belang dat er ook operationeel advies gegeven wordt, zodat zij direct aan de slag kunnen. Dit operationeel advies (indien op korte termijn mogelijk) is uiteengezet in de aanbevelingen (hoofdstuk 8).

7.4.2 Culture



³¹ De positie van de PO scholen t.o.v. andere PO scholen in de perceptie van de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk.

³² De vertaling van de strategie en de doelstellingen in een concrete belofte/ slogan.

De cultuur van de primair onderwijsscholen kan gezien worden als de 'manier waarom men de dingen doet'. Het handelen van de medewerkers van de primair onderwijsscholen wordt voor een groot deel door de cultuur van de organisatie bepaald.

7.4.2.1 Interne communicatie

Om ervoor te zorgen dat (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk attent worden gemaakt op de de profilering van de basisscholen, dienen de medewerkers dit uit te stralen, zowel in de organisatie als naar de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. De medewerkers van de basisscholen zijn immers nodig voor het uitdragen van de positionering. Zij moeten er ook tijd en aandacht in steken, zodat de school hier beter voor wordt. De waarden waarvoor de school staat dienen door de medewerkers uit te worden gestraald³³. Deze waarden die de primair onderwijsscholen hebben, kenmerken en moeten uitstralen zijn hieronder per primair onderwijsschool uiteengezet.

7.4.2.2 PO de Piramide

PO de Piramide wordt transformationeel gepositioneerd³⁴.

De (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk zien PO de Piramide als een openbare basisschool met de volgende kernwaarden/begrippen:

- ⌘ Zijn we zuinig op onze spullen;
- ⌘ Houden we rekening met elkaar en zijn we beleefd;
- ⌘ Helpen we elkaar;
- ⌘ Komen we om te leren.

Er is gekozen voor een transformationele positionering omdat onderwijs past bij de levensstijl van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. Kinderen moeten onderwijs genieten en de ouders zullen daarom een onderwijsconcept moeten kiezen dat bij hun kind(eren) past.

De voordelen van PO de Piramide voor de potentiële ouders/ kinderen in de wijk zijn de goede onderwijs en interpersoonlijke communicatiekwaliteiten. Daarnaast is PO de Piramide een kleine en sfeervolle school met een goed imago onder de ouders van leerlingen van de basisschool.

De belangrijkste waarden van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk is de onderwijskwaliteit die hun kind(eren) (zullen) genieten en de afstand tot de school.

7.4.2.3 PO de Manse

PO de Manse wordt transformationeel gepositioneerd.

De (potentiële) ouders van kinderen in de wijk zien PO de Manse als een openbare basisschool met de volgende kernwaarden/ begrippen:

- ⌘ Een echte buurtschool;
- ⌘ Interactief en betrokken met de ouders en leerlingen;

Er is gekozen voor een transformationele positionering omdat onderwijs past bij de levensstijl van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. Kinderen moeten onderwijs genieten en de ouders zullen daarom een onderwijsconcept moeten kiezen dat bij hun kind(eren) past.

³³ Voor de interne communicatie mediakeuze, zie paragraaf 7.6.

³⁴ Bij een transformationele positionering (ook wel imago- of levensstijlpositionering genoemd) worden de voordelen van de school verbonden met de waarden of levensstijl van de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk.

De voordelen van PO de Manse voor de potentiële ouders/ kinderen in de wijk zijn de goede individuele aandacht en de goede feedback/ interactie met de ouders van de leerlingen.

Daarnaast is PO de Piramide een kleine en sfeervolle school met een imago van een echte buurtschool onder de ouders van leerlingen van de basisschool.

De belangrijkste waarden van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk is de onderwijskwaliteit die hun kind(eren) (zullen) genieten en de afstand tot de school.

7.4.2.4 PO de Trinoom

PO de Trinoom wordt transformationeel gepositioneerd.

De (potentiële) ouders van kinderen in de wijk zien PO de Manse als de enige Montessorischool in Almere Buiten.

Ouders weten niet goed wat Montessorionderwijs betekent. In de communicatie naar de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk zal dan ook duidelijk moeten worden wat dit onderwijsconcept betekent. Daarnaast zullen de kernwaarden van het Montessorionderwijs, dat PO de Trinoom wil uitstralen goed gecommuniceerd worden.

PO de Trinoom moet afspiegeling zijn van een samenleving waarin samenwerking, solidariteit en gelijkwaardigheid belangrijke waarden zijn.

Er is gekozen voor een transformationele positionering omdat onderwijs past bij de levensstijl van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. Kinderen moeten onderwijs genieten en de ouders zullen daarom een onderwijsconcept moeten kiezen dat bij hun kind(eren) past, in dit geval Montessorionderwijs.

Het voordeel van PO de Trinoom voor de potentiële ouders/ kinderen in de wijk dat deze basisschool de enige Montessorischool in Almere Buiten is. Het Montessorionderwijs staat bekend om de kans die het kind krijgt om zich volledig en vrij te ontplooiën:

"Als je een kind wilt onderwijzen, dwing het dan geen prestaties af door vriendelijke of bestraffende woorden. Het heeft juist vrijheid nodig. Geef het kind het juiste materiaal en de juiste ervaringen en je zult zien dat het uit zichzelf graag leert".

Het Montessorionderwijsconcept zal dan ook duidelijk naar (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk gecommuniceerd worden.

De belangrijkste waarden van de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk is de onderwijskwaliteit die hun kind(eren) (zullen) genieten en de afstand tot de school.

7.4.3 Core competencies



Merken creëren waarde voor stakeholders en daarmee waarde voor organisaties zoals de primair onderwijsscholen. Kerncompetenties van een organisatie is één van de bases waarop merken waarde kunnen creëren voor de stakeholders (Van Bekkum, 2005).

Kerncompetenties geven normaliter aan wat de unieke kennis en vaardigheden van een organisatie zijn, die volgens Van Bekkum (2005) een significante bijdrage leveren aan de waardecreatie voor stakeholders, door de concurrentie moeilijk te kopiëren zijn en die toegang verschaffen tot meerdere markten.

De marketingcommunicatie voor de primair onderwijsscholen is echter niet gericht op concurrenten toegang tot meerdere markten. De primair onderwijsscholen zijn geen merk, maar kunnen zo wel gezien worden. Elke school is uniek en heeft zijn eigen cultuur/ waarden en kerncompetenties. Welke kerncompetenties elke primair onderwijsschool bezitten en moeten uitstralen in hun communicatie worden hieronder weergegeven.

7.4.3.1 PO de Piramide

- ⌘ Goede onderwijskwaliteit;
- ⌘ Goede interpersoonlijke communicatie met zowel de leerlingen als de ouders/ verzorgers;

7.4.3.2 PO de Manse

- ⌘ Goede interactiviteit en feedback met ouders/ verzorgers;
- ⌘ PO de Manse is een echte buurtschool (en wordt zo ook gezien door de ouders/ verzorgers)

7.4.3.3 PO de Trinoom

- ⌘ PO de Trinoom is de enige Montessorischool in Almere Buiten

7.4.4 Customers and stakeholders



Door actief de communicatie van de primair onderwijsscholen te managen kan een organisatie inspelen op de behoeften van haar stakeholders: ouders/ verzorgers van kinderen op de primair onderwijsscholen en de potentiële ouders van kinderen in de wijk.

Uit het onderzoek is gebleken dat de stakeholders de volgende instrumentele en emotionele behoeften hebben³⁵:

⌘ Goede kwaliteit onderwijs

Ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat zij behoefte hebben aan een goede onderwijskwaliteit voor hun kind(eren), of dit nu openbaar onderwijs of Montessorionderwijs is. Het kind moet immers voldoende (kwalitatief) onderwijs krijgen voor een vervolgopleiding in het voortgezet onderwijs;

⌘ Een sociale en veilige (leer)omgeving;

Voldoen aan een veilige (leer)omgeving zorgt ervoor dat het kind zich prettig voelt op de school en dat de ouders/ verzorgers weten dat hun kind in goede handen is. Zo zullen de primair onderwijsscholen er bijvoorbeeld voor moeten zorgen dat er geen kapot glas op het speelplein ligt, dat leerkrachten/ begeleiders de kinderen goed in de gaten houden of dat de kinderen niet met elkaar op de vuist gaan.

Voldoen aan een sociale (leer)omgeving zorgt er ook voor dat het kind zich prettig voelt op de school. De interactie met andere leerlingen en leerkrachten zorgt ervoor dat het kind socialiseert en dus niet een geïsoleerd leven leidt. De ouders/ verzorgers zien het als een must dat hun

³⁵ Instrumentele behoeften zijn 'concrete' behoeften die mensen hebben, zoals openbaar vervoer of laptops. Emotionele behoeften zijn de meer abstracte behoeften die mensen hebben, zoals zelfontplooiing of succes.

kind(eren) een sociale (leer)omgeving genieten en de primair onderwijsscholen dienen dit ook uitvoerig te communiceren naar de ouders/ verzorgers en potentiële ouders/ kinderen in de wijk.

⌘ Korte afstand tot de school

De ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat de korte afstand tot de primair onderwijsscholen een belangrijke rol speelt in het schoolkeuze beslissingsproces. Zij willen namelijk 'in de buurt' van de kinderen zijn, mocht er bijvoorbeeld iets gebeurd zijn, waardoor de ouders/ verzorgers snel ter plekke moeten zijn. Wanneer de primair onderwijsscholen communiceren naar de stakeholders moeten zij ook communiceren dat zij aan deze behoefte voldoen.

⌘ Voldoende interactie/ feedback met de leerkrachten en andere medewerkers van de primair onderwijsscholen

De primair onderwijsscholen moeten ervoor zorgen dat zij interactief zijn met de ouders/ verzorgers en feedback geven en willen ontvangen. Deze behoefte is voor de ouders/ verzorgers ontzettend belangrijk omdat het een band creëert tussen de school en de ouders/ verzorgers. Dit zorgt voor betrokkenheid en een beter imago van de primair onderwijsscholen.

⌘ Tijdige communicatie van de primair onderwijsscholen naar de ouders/ verzorgers.

De stakeholders hebben aangegeven dat op sommige primair onderwijsscholen te weinig of zelfs te laat wordt gecommuniceerd wordt naar de stakeholders toe. Dit is negatief voor het imago en kan een obstakel zijn in het schoolkeuze beslissingsproces van potentiële ouders van kinderen in de wijk. Om in deze behoefte te voldoen dienen de primair onderwijsscholen dan ook tijdig te communiceren naar de stakeholders. Een goed voorbeeld hiervan is de nieuwsbrief die elke primair onderwijsschool heeft en de wekelijkse frequentie hiervan. De communicatiemiddelen gestructureerd inzetten (hoofdstuk 7.6) zal leiden tot tijdige communicatie en zal daarmee voorzien in de behoeften van de stakeholders.

Door bovenstaande behoeften te managen voldoen de primair onderwijsscholen aan de behoeften van de ouders/ verzorgers en de potentiële ouders/ kinderen in de wijk. Dit zorgt ervoor dat de scholen een goed imago behouden/ krijgen.

7.4.5 Changes in the environment



Veranderingen in de omgeving waarin de primair onderwijs scholen zich bevinden zijn belangrijk om rekening mee te houden. De positionering van de primair onderwijs scholen moet namelijk ook in de toekomst relevant zijn.

Met het oog op de veranderingen in de communicatie is het voor de primair onderwijs scholen belangrijk om rekening te houden met een belangrijke verandering binnen de communicatie: de digitalisering van de samenleving.

Het veelvuldig gebruik (maken) van digitale communicatiemiddelen is kenmerkend voor de hedendaagse samenleving. Zo is bijvoorbeeld communicatie via het internet bij (bijna) iedere organisatie een belangrijk aspect. De digitalisering is echter nog lang niet verzadigd en ook in de toekomst zal de digitalisering van de omgeving een belangrijke verandering in de samenleving zijn. Onder andere ouders/ verzorgers, kinderen en organisaties zullen meer digitaal gaan communiceren, waardoor het voor de primair onderwijs scholen belangrijk is dat zij hierop inspelen.

De communicatie met de stakeholders moet duidelijk maken dat de primair onderwijs scholen meegaan met de digitalisering van de samenleving. Dit kunnen zij doen door o.a. meer gebruik te maken van de mogelijkheden van het internet, bijvoorbeeld door brochures, lesmateriaal, formulieren ook digitaal aan te bieden in vorm van PDF-bestanden³⁶.

Door de communicatie af te stemmen op de digitalisering van de samenleving wordt voorkomen dat ouders/ verzorgers en potentiële ouders/ kinderen in de wijk belangrijke informatie missen, die nu nog niet digitaal gecommuniceerd worden.

³⁶ PDF-bestanden zijn elektronische documenten.

7.4.6 Competition



Uit het onderzoek is gebleken dat de primair onderwijsscholen elkaar niet zien als concurrentie. Het is dan ook niet van belang om een positionering t.o.v. de concurrentie op te stellen, gezien de scholen zich alleen richten op de ouders/ verzorgers en potentiële ouders/ kinderen in de wijk. Het is echter wel belangrijk dat de primair onderwijsscholen de kerncompetenties en cultuur goed communiceren naar de stakeholders, zodat de stakeholders duidelijk weten wat de onderscheidende factoren zijn van de primair onderwijsscholen ten opzichte van elkaar. Deze onderscheidende factoren kunnen gezien worden als de kerncompetenties van de primair onderwijsscholen.

7.4.7 Propositie

7.4.7.1 PO de Piramide

Voor PO de Piramide is gekozen voor de volgende slogan:

'Samen leren, samen leven'

Er is gekozen voor bovenstaande propositie omdat de slogan de kernwaarden/ begrippen van PO de Piramide uitstraalt:

- ⌘ We houden rekening met elkaar en we zijn we beleefd;
- ⌘ We helpen elkaar;
- ⌘ We komen om te leren.

Deze kernwaarden/ begrippen zullen middels de slogan gecommuniceerd worden zodat het gevoel wat de doelgroep hierbij krijgt er voor zorgt dat de potentiële ouders/ kinderen in de wijk zullen kiezen voor PO de Piramide.

7.4.7.2 PO de Manse

Voor PO de Manse is gekozen voor de volgende slogan:

‘Dicht bij elkaar en van elkaar leren’

Er is gekozen voor bovenstaande propositie omdat deze slogan de kernwaarden/ begrippen van PO de Manse uitstraalt, namelijk dat PO de Manse een echte buurtschool is (dicht bij elkaar) en Interactief en betrokken met de ouders en leerlingen. Daarnaast is de vertaling van de naam Manse ook ‘dicht bij elkaar en van elkaar leren’.

Het gevoel wat de doelgroep hierbij krijgt zorgt er voor dat de potentiële ouders van kinderen in de wijk zullen kiezen voor PO de Manse.

7.4.7.3 PO de Trinoom

Voor PO de Trinoom is gekozen voor de volgende slogan:

‘De enige Montessorischool in Almere Buiten’

Er is gekozen voor bovenstaande propositie om de (potentiële) ouders van leerlingen in de wijk duidelijk te maken dat PO de Trinoom de enige Montessorischool in Almere Buiten is. Daarnaast zal de slogan in de communicatiemiddelen uitspreken wat het Montessorionderwijs is. Deze uitstraling geeft de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk een duidelijk beeld van het onderwijsconcept en de voordelen die het voor de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk heeft. Het gevoel wat de doelgroep hierbij krijgt zorgt er voor dat de potentiële ouders van kinderen in de wijk zullen kiezen voor PO de Trinoom.

7.5 Keuze marketingcommunicatiemix

Uit het onderzoek is gebleken dat de PO scholen geen groot budget hebben om te gebruiken voor de communicatie. In de middelenmix en creatieve ontwikkeling zal hiermee rekening moeten gehouden worden en komt het vooral aan op creatieve oplossingen.

In bijlage 7 zijn alle communicatiemiddelen die er zijn uiteengezet. Vervolgens is gekeken welke communicatiemiddelen bij de scholen past en welke functie de communicatiemiddelen zullen krijgen. Deze communicatiemiddelen hebben een **strategisch karakter**, wat wil zeggen dat de basisscholen ze niet op korte termijn kan realiseren.

Deze communicatiemiddelen worden hieronder weergegeven

Strategisch communicatiemiddel	Kennis overdragen	Houding aanpassen	Gedrag wijzigen
<u>INTERN</u>			
De leerkracht	X	X	X
E-mail	X	X	X
Vergaderingen	X	X	X
<u>EXTERN</u>			
Brochures, leaflets en folders	X	X	X
Buitenreclame	X	X	
Nieuwsbrief/ Bulletin	X		
Introductieboekje	X	X	X
Wegwijzer naar de school	X		
Mededelingenbord	X		
E-mail	X	X	X

Posters		X	
Persberichten	X		
Brief	X	X	
Open dag	X		
Internet	X	X	X
De leerkracht	X	X	X

7.6 Mediakeuze

Welke middelen of media worden er ingezet? Dat is hier de centrale vraag en hangt af van de doelgroep en het budget.

De mediakeuze wordt hieronder onderverdeeld in strategische en operationele communicatiemiddelen. De strategische communicatiemiddelen zijn communicatiemiddelen die niet meteen door de scholen gerealiseerd kunnen worden en die het nodige aan tijd en geld in beslag nemen.

De operationele communicatiemiddelen zijn gericht op korte termijn realisatie en zijn praktisch van aard.

7.6.1 Interne communicatiemiddelen

Normaliter is een marketingcommunicatieonderzoek en –plan gericht op de externe communicatie, in dit geval de communicatie met de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. Het is echter ook belangrijk dat de positionering van de basisscholen intern goed wordt gecommuniceerd en dit betekent dus dat de teamleden van de basisscholen op de hoogte moeten worden gebracht van de positionering, zodat zij dit kunnen uitstralen zowel in de organisatie als naar de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. De interne communicatiemiddelen die hiervoor van belang zijn, worden hieronder weergegeven.

Doelgroep	Teamleden van de basisschool
Middel	E-mail
Moment	Intentioneel
Wie	Communicatiemedewerker van de basisschool
Opmerking	Zoals eerder aangegeven moeten de teamleden van de basisscholen de profilering van de basisschool uitstralen naar zowel hun collegae als naar de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. De communicatiemedewerker van de basisscholen dienen daarom de teamleden van de school intentioneel een e-mail te sturen met de profilering, de propositie en daarbij horende (kern)waarden. De teamleden moeten het gevoel krijgen dat zij het gezicht zijn van de school en dat het belangrijk is dat zij uitdragen waar de basisschool voor staat.
Doelgroep	Teamleden van de basisschool
Middel	Vergaderingen
Moment	Intentioneel
Wie	Communicatiemedewerker van de basisschool
Opmerking	Net als een e-mail hebben vergaderingen het karakter dat de teamleden tijdens vergaderingen op de hoogte worden gebracht van de profilering, de propositie en daarbij horende (kern)waarden die de school en dus ook de teamleden moeten uitstralen. Tijdens vergaderingen kunnen teamleden hun ervaringen hierover uitwisselen

met elkaar, zodat duidelijk wordt waar bijvoorbeeld knelpunten liggen, of hoe zij hier tegenover staan.

7.6.2 Externe strategische communicatiemiddelen

Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk en ouders/ verzorgers van kinderen op de PO scholen
Middel	Brochures, leaflets en folders
Moment	Gedurende hele schooljaar
Wie	De Almeerse Scholen Groep
Opmerking	De Almeerse Scholen Groep heeft voor een aantal andere scholen brochures gemaakt die door de scholen gebruikt kan worden. Het format kan voor deze primair onderwijs scholen worden gebruikt. De informatie in de brochures geven een beeld van de school en waar de school voor staat (kernwaarden/begrippen).
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen (in de wijk)
Middel	Buitenreclame
Moment	Gedurende hele schooljaar
Wie	De Almeerse Scholen Groep
Opmerking	Buitenreclame heeft als kenmerk dat het voorbijgangers een duidelijk beeld geeft van bijvoorbeeld een campagne of PR-advertentie. Wanneer potentiële ouders van kinderen in de Bouwmeesterbuurt arriveren, moeten zij attent worden gemaakt op de drie primair onderwijs scholen: de Piramide, de Manse en de Trinoom. De buitenreclame kan ingedeeld worden in drie kolommen, waarbij elke kolom een primair onderwijs school vertegenwoordigt. De afbeelding dient een vertaling te zijn van de kernwaarden/ propositie van elke school. Om het beeld te versterken dient de propositie van elke school onderaan te worden geplaatst.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk
Middel	Introductieboekje
Moment	Bij nieuw aanmeldingen en wanneer potentiële ouders van kinderen in de wijk deze aanvragen.
Wie	De Almeerse Scholen Groep
Opmerking	Het introductieboekje geeft informatie over de school die nodig is wanneer de nieuwe kinderen naar school gaan. Het gaat hierbij om zaken zoals de kernwaarden, onderwijsinhoudelijke aspecten, regelingen etc.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk
Middel	Posters
Moment	Gedurende het hele schooljaar
Wie	De Almeerse Scholen Groep
Opmerking	De posters geven een beeld van de school en waar zij voor staan. De posters dienen geplaatst te worden op plekken waar potentiële ouders van kinderen in de wijk zijn, zoals in een buurthuis en op de ramen van de basisscholen.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk en ouders/ verzorgers van kinderen op de PO scholen
Middel	Wegwijzer naar de school

Moment	Gedurende hele schooljaar
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen
Opmerking	De wegwijzer naar de school dient op de website van de PO school geplaatst te worden. Zo kunnen de doelgroepen zien hoe ze bij de school moeten komen.
Doelgroep	Ouders/ verzorgers
Middel	Mededelingenbord
Moment	Gedurende hele schooljaar
Wie	Medewerker van de PO scholen
Opmerking	Het mededelingenbord dient in de hal van de PO school geplaatst te worden, zodat het duidelijk opvalt voor de ouders/ verzorgers.
Doelgroep	Ouders/ verzorgers
Middel	E-mail
Moment	Intentioneel
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen
Opmerking	Belangrijke informatie/ gebeurtenissen dienen –wanneer ze voorkomen- gecommuniceerd te worden naar de ouders/ verzorgers. Zo is de doelgroep ten alle tijden op de hoogte van de ontwikkelingen die gaande zijn.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk
Middel	Posters
Moment	Gedurende hele schooljaar.
Wie	De Almeerse Scholen Groep
Opmerking	De posters stralen uit waar de school voor staat. Deze posters dienen op plekken te worden gehangen waar potentiële ouders van kinderen in de wijk komen, zoals het buurthuis en op de ramen van de PO scholen.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk
Middel	Persberichten (Free Publicity)
Moment	Intentioneel
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen
Opmerking	Wanneer er belangrijke gebeurtenissen zijn die gecommuniceerd dienen te worden dient de communicatiemedewerker van de PO scholen hierover een persbericht op te stellen. Deze kan gestuurd worden naar de lokale media en dient ook op de website van de PO scholen geplaatst te worden.
Doelgroep	Ouders/ verzorgers
Middel	Brief
Moment	Intentioneel
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen
Opmerking	Wanneer er belangrijke gebeurtenissen zijn die gecommuniceerd dienen te worden dient de communicatiemedewerker van de PO scholen hierover een brief op te stellen. Denk hierbij aan informeren over ouderbijdragen, veranderingen in de lestijden en extra vakantiedagen.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk
Middel	Open dag
Moment	Gedurende het voorjaar elk schooljaar
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen

Opmerking	Een aantal PO scholen maakt al gebruik van een open dag. Het is belangrijk om elk jaar een open dag te organiseren, zodat potentiële ouders van kinderen in de wijk informatie kunnen inwinnen over de school en een 'kijkje kunnen nemen' in de school.
Doelgroep	Potentiële ouders van kinderen in de wijk en ouders/ verzorgers
Middel	Internet
Moment	Gedurende het hele schooljaar
Wie	Communicatiemedewerker van de PO scholen
Doelgroep	(Potentiële) ouders/ kinderen in de wijk
Middel	De leerkracht
Moment	Intentioneel
Wie	De leerkracht
Opmerking	De leerkracht zorgt voor de sfeer in de school en zorgt voor de kinderen. Zij dragen dus bij aan de opvoeding, de veiligheid etc. van de kinderen en moeten dus betrouwbaar overkomen. De leerkracht zal de waarden van de school moeten uitstralen naar elkaar, maar ook naar buiten ((potentiële) ouders/ kinderen in de wijk). Zij zijn het gezicht van de school en kunnen dit uiten op bijvoorbeeld een forum op de website, op een blog, of tijdens open dagen.

7.6.3 Operationele communicatiemiddelen

7.6.3.1 Fysieke communicatiemiddelen

Buitenreclame van de drie primair onderwijsscholen

Buitenreclame heeft als kenmerk dat het voorbijgangers een duidelijk beeld geeft van bijvoorbeeld een campagne of PR-advertentie. Wanneer potentiële ouders/ kinderen in de Bouwmeesterbuurt arriveren, moeten zij attent worden gemaakt op de drie primair onderwijsscholen: de Piramide, de Manse en de Trinoom. De buitenreclame kan ingedeeld worden in drie kolommen, waarbij elke kolom een primair onderwijsschool vertegenwoordigt. De afbeelding dient een vertaling te zijn van de kernwaarden/ propositie van elke school. Om het beeld te versterken dient de propositie van elke school onderaan te worden geplaatst.

Poster met kernwaarden

De kernwaarden van de primair onderwijsscholen dienen, zoals aangegeven in het communicatieplan (hoofdstuk 8), gecommuniceerd te worden naar de ouders/ verzorgers, potentiële ouders/ kinderen in de wijk en andere stakeholders. Om deze kernwaarden duidelijk en zichtbaar te communiceren is het van belang dat elke primair onderwijsschool een poster ontwikkelt met daarom de kernwaarden en de propositie. Deze kan dan bij de ingang (in de hal of bij het mededelingenbord) worden geplaatst, zodat de doelgroepen snel en makkelijk deze waarden kunnen zien.

Free publicity: Persberichten

Gebruik maken van free publicity is voor veel organisaties met weinig budget een belangrijk communicatiemiddel. Hoe meer gebruik wordt gemaakt van de free publicity mogelijkheden, hoe groter de kans is dat bijvoorbeeld de lokale omroep de free publicity middelen zal gebruiken. Wanneer belangrijke projecten/ activiteiten zich zullen voordoen, dienen de primair onderwijsscholen tijdig een persbericht te sturen naar de lokale media hierover. De frequentie van het verspreiden is intentioneel, maar het is aan te raden om minimaal 1x per maand een persbericht te versturen.

De persberichten dienen uit te stralen waar de school voor staat, wat hun positionering is en wat zij willen uitstralen. Onderwerpen voor persberichten kunnen zijn:

- ⌘ Open dagen;
- ⌘ Projecten op de scholen;
- ⌘ Het aantal nieuwe leerlingen;
- ⌘ Schoolactiviteiten (bijvoorbeeld schoolkamp of avond vierdaagse);
- ⌘ Vacatures.

7.6.3.2 Digitale communicatiemiddelen

Uitbreiding website

De informatie die op de websites van de primair onderwijsscholen staan geven voldoende informatie aan de ouders/ verzorgers. Toch zijn er een aantal adviezen die de website completer, uitgebreider, effectiever en efficiënter maken. Ook namen deze adviezen eventuele miscommunicatie weg. Een voorbeeld hiervan is wanneer ouders/ verzorgers bepaalde informatie niet (makkelijk) kunnen vinden op de website.

⌘ **Zoekmachine**

Wanneer websites uitgebreid worden en de hoeveelheid informatie toeneemt, kan het voor de websitebezoekers lastig zijn om bepaalde dingen op de website te vinden. Een heldere structuur van een website zorgt er natuurlijk voor dat dit (grotendeels) voorkomen wordt. Om ervoor te zorgen dat de websitebezoekers gemakkelijker bepaalde dingen op de website kunnen vinden, is het aan te raden om een zoekmachine te plaatsen op de websites van de primair onderwijsscholen.

Een professionele zoekmachine neemt het nodige aan tijd en kosten in beslag. Een gratis alternatief die tijdelijk op de websites van de primair onderwijsscholen geplaatst kan worden is een Google zoekmachine.

(Bron: <http://www.google.com/coop/cse/>)

⌘ **Wegwijzer/ routeplanner**

Uit het onderzoek is gebleken dat de drie primair onderwijsscholen goed te bereiken zijn. Toch kan het voorkomen dat potentiële ouders van kinderen in de wijk de school niet makkelijk weten te bereiken. Een wegwijzer op de website van de primair onderwijsscholen geeft een overzichtelijk beeld hoe men de scholen kan bereiken. Zo kunnen ook de potentiële ouders van kinderen uit andere wijken, of andere stakeholders in één oogopslag zien hoe ze moeten reizen. De wegwijzer kan in vorm van een landkaart via Google Maps. Ook zou het nog beter zijn om een routeplanner op de website toe te voegen. Zo kan men gemakkelijk de route plannen, van deur, tot deur. Een gratis routeplanner die gemakkelijk op de website van de primair onderwijsscholen geplaatst kan worden is die van de ANWB.

(Bron: <http://www.anwb.nl/verkeer/routeplanner/op-uw-eigen-site,/ook-op-uw-site-.html>)

⌘ **Fotoalbum**

Uit het onderzoek is gebleken dat kinderen niet veel vertellen over de activiteiten die zij met school hebben gedaan, zoals uitstapjes of projecten. Ouders/ verzorgers hebben aangegeven dat zij hier meer over willen lezen en zien.

Een fotoalbum op de website van de primair onderwijsscholen zorgt ervoor dat ouders/ verzorgers een impressie krijgen van de projecten, activiteiten en dergelijke. Dit zorgt ervoor dat de ouders/ verzorgers zich meer betrokken voelen bij de school en versterkt het de band met de school.

Downloadable content

Downloadable content zijn bestanden die ouders/ verzorgers kunnen downloaden naar hun eigen pc. De volgende downloadable content dient op de websites van de primair onderwijs scholen geplaatst te worden:

- **Nieuwsbrief (PDF-bestand)**

De nieuwsbrief verschijnt fysiek. Het is echter ook belangrijk dat de nieuwsbrief digitaal verschijnt en gedownload kan worden door de ouders/ verzorgers. Zo kan de doelgroep ten alle tijden de nieuwsbrief downloaden/ bekijken. Dit heeft allereerst het voordeel dat ouders altijd de nieuwsbrief kunnen inzien, mochten zij de fysieke nieuwsbrief kwijt zijn geraakt. Bijkomend voordeel is dat eerdere nieuwsbrieven ook geraadpleegd kunnen worden (archieffunctie).

- **Lijst met belangrijke telefoonnummers**

Geef ouders/ verzorgers de mogelijkheid om een lijst met belangrijke telefoonnummers en data te downloaden in PDF-formaat. Ouders/ verzorgers kunnen dit dan op hun pc opslaan of uitprinten. Zo hebben zij altijd de beschikking over deze data, wanneer zij het nodig hebben en internet er bijvoorbeeld uit ligt.

- **Verslagen van projecten/ activiteiten**

Uit het onderzoek is gebleken dat ouders/ verzorgers niet veel te horen krijgen van hun kind(eren) over de activiteiten die zij ondernomen hebben. Daarnaast weten veel ouders/ verzorgers niet welke projecten de school allemaal onderneemt of zal gaan doen in de toekomst. Wanneer na elke relevante activiteit of project een kort verslag wordt gemaakt, die hiervan tekstueel en visueel een indruk geven, worden de ouders/ verzorgers nog meer betrokken bij de school. De band tussen de school en de ouders/ verzorgers wordt hierdoor versterkt

FAQ-list

FAQ-list staat voor Frequently Asked Questions lijst. Dit zijn vragen die vaak worden gesteld aan bijvoorbeeld leerkrachten of de directie.

Om ervoor te zorgen dat ouders/ verzorgers niet meteen voor deze vragen contact op te hoeven nemen met de school, is het aan te raden om een FAQ-list op de website van de primair onderwijs scholen te plaatsen. Zo kunnen de ouders/ verzorgers snel antwoord vinden op de vragen die zij hebben. Een voorbeeld van een vraag kan zijn "Hoe kan ik contact opnemen met de directie?".

De inhoud van de FAQ-list zal voor elke primair onderwijs school anders zijn, omdat iedere school andere vragen krijgt. Wanneer medewerkers van de scholen merken dat zij vaker eenzelfde vraag krijgen, dient deze toe te worden gevoegd aan de FAQ-list.

Forum

Een forum heeft als functie gebruikers (in dit geval ouders/ verzorgers) de mogelijkheid te geven om online onderwerpen te plaatsen die zij belangrijk vinden. Deze onderwerpen zijn verschillend van aard: zo heeft de ene ouder/ verzorger een vraag voor andere ouders/ verzorgers en heeft iemand anders een opmerking over bijvoorbeeld de website (tips/ suggesties). Ook het inzetten van een forum heeft als voordeel dat de ouders/ verzorgers meer betrokken worden bij de school en met elkaar. Daarnaast heeft het als voordeel dat de school zo snel kan zien welke vragen, onderwerpen, ontwikkelingen/ trends er spelen bij de ouders/ verzorgers. Deze vorm van communicatie die doorgaans alleen door ouders/ verzorgers onderling wordt uitgewisseld heet niet-beheersbare communicatie. Het forum zorgt ervoor dat deze communicatie enigszins beheerst kan worden.

Een gratis forum die online gecreëerd kan worden en vervolgens op de websites van de scholen geplaatst kan worden is die van phpBB3.nl.

(Bron: <http://www.phpbb3.nl/index.hs>)

E-mail content: Nieuwsbrief, urgente zaken en reminders

Het plaatsen van de nieuwsbrief, mededelingen en andere belangrijke onderwerpen op de website zorgt ervoor dat ouders/ verzorgers op de hoogte blijven van wat er speelt in en rondom de primair onderwijscholen. Daarnaast is het belangrijk om bepaalde zaken, zoals urgente mededelingen, of de nieuwsbrief ook middels e-mail ter beschikking te stellen. Het kan namelijk voorkomen dat ouders/ verzorgers vergeten te kijken naar de mededelingen op de website, of dat er een nieuwe nieuwsbrief is. Wanneer ouders/ verzorgers de mogelijkheid krijgen om bepaalde zaken via e-mail te ontvangen wordt het risico op miscommunicatie verkleind.

De ouders/ verzorgers dienen wel op te geven dat zij deze e-mail willen ontvangen, zodat de primair onderwijscholen ook over de e-mail adressen van de ouders/ verzorgers beschikken. Om er achter te komen of ouders/ verzorgers nieuws e.d. middels e-mail willen ontvangen dient er een brief te worden meegegeven aan de kinderen, zodat ouders deze thuis kunnen invullen. Wanneer deze brieven weer terug zijn en de e-mail adressen bekend zijn, dient de communicatiemedewerker deze e-mails in een adressenbestand te zetten. Zo kunnen de e-mail adressen gemakkelijk geselecteerd worden bij het versturen van een e-mail.

Naast de bovengenoemde voordelen, zorgt het versturen van e-mails naar de ouders/ verzorgers er ook voor dat zij op de hoogte worden gebracht van belangrijke zaken die op tijd gerealiseerd moeten worden, zoals betalingen.

7.7 Marketingcommunicatiebudget

Vanuit de Almeerse Scholen Groep is ca. €1000,- per PO school beschikbaar. Dit bedrag is oprekbaar tot ca. €1500,- per PO school indien noodzakelijk. Daarnaast heeft de clusterdirecteur ook een budget. Het is zijn beslissing communicatiegelden aan de school te besteden. De bedragen variëren van €1500,- tot €3500,- per school, afhankelijk van de noodzaak.

Communicatiemiddelen als posters, advertenties en buitenreclame zijn grote uitgaven voor de PO scholen. De communicatiemiddelenmix is daarom ook zo opgesteld zodat veel communicatiemiddelen door de school zelf gerealiseerd kunnen worden en deze kosten kunnen worden bespaard/ geïnvesteerd kunnen worden in duurdere communicatiemiddelen. De kosten in onderstaande tabel zijn indicaties en afhankelijk van de oplage/ hoeveelheid drukwerk. Daarnaast zijn alle kosten exclusief BTW.

Medium	Budget*
Brochures, leaflets en folders	± €3.000,- voor 1000 brochures over één onderwerp. <i>Afhankelijk van de oplage en de hoeveelheid drukwerk.</i> <i>(bron: Almeerse Scholen Groep)</i>
Buitenreclame	± €350,- (excl. Btw) voor een spandoed incl. frame, met afmeting: 400 x 200 cm ± €50,- DTP-kosten <i>(bron: www.spandoekdeal.nl)</i>
Nieuwsbrief/ bulletin**	± € 17,- per uur per nieuwsbrief <i>(bron: www.loonwijzer.nl)</i>
Introductieboekje	± €432,- voor 100 boekjes <i>(bron: Almeerse Scholen Groep)</i>
Mededelingenbord	± €20,- per mededelingenbord <i>(bron: www.kantoorartikelen.nl)</i>
Electronic mail**	± €17,- per uur per e-mail <i>(bron: www.cbs.nl)</i>
Posters	± €750,- ontwerpkosten <i>(bron: S. Schroevers³⁷)</i> ± €1.930,- voor 100 full colour posters (abri) <i>(bron:)</i>

³⁷ De communicatieafdeling en de keuze van communicatiemiddelen door S. Schroever (2004)

Persbericht**	www.drukwerkdienst.nl
Brief**	± €0,00 wordt geplaatst door de krant
Wegwijzer naar de school**	± €17,- per uur per persoon of het standaard uurloon per persoon (bron: www.cbs.nl)
Open dag**	± €17,- per uur per persoon of het standaard uurloon per persoon (bron: www.cbs.nl)
Internet**	± €40,- voor hapjes en drankjes (bron: www.ah.nl)
	± €17,- per uur per persoon of het standaard uurloon per persoon onderhoud (bron: www.cbs.nl)

* De genoemde kosten zijn indicaties en excl. BTW.

** Deze communicatiemiddelen kunnen door de scholen zelf worden gerealiseerd.

Aanbevelingen

Hieronder volgen de aanbevelingen voor de Almeerse Scholen Groep, die het marketingcommunicatieonderzoek overstijgen en die zijn opgevallen gedurende de realisatie van deze scriptie.

Handelen vanuit de doelgroep

Uit het onderzoek is gebleken dat de medewerkers van de basisscholen nog teveel geneigd zijn om te denken vanuit eigen oogpunt. Het gaat hier om handelingen die volgens de medewerkers voldoende zijn voor de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk. Het is echter aan te raden om meer vanuit de gedachten van (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk te gaan denken. Hierbij is het belangrijk dat de medewerkers bij iedere handeling (of het nu om uitingen in communicatiemiddelen gaat, of tijdens gesprekken met ouders/ verzorgers) rekening houden met hoe de doelgroep bepaalde dingen ziet of wil zien. Dit creëert meer betrokkenheid bij de (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk en dat is goed voor de basisscholen.

Benut de kracht van de Almeerse Scholen Groep

De drie basisscholen maken onderdeel uit van een groter geheel: de Almeerse Scholen Groep. Dit is een voordeel die de basisscholen kunnen en moeten benutten. Denk hierbij aan samenwerking op allerlei vlakken, zoals onderwijs(kwaliteit), scholing van het personeel (workshops) en bijvoorbeeld samenwerking met VO scholen op gebied van schoolconcept of bijvoorbeeld schoolloopbaan PO-VO. Er zijn tal van mogelijkheden die de basisscholen kunnen benutten. Het is daarom aan te raden om allereerst deze mogelijkheden in kaart te brengen, zodat vervolgens met de Almeerse Scholen Groep kan worden besproken welke mogelijkheden benut kunnen worden, wat de voordelen/ meerwaarden zijn en hoe de basisscholen dit kunnen doen.

Opstellen van een intern communicatieplan

Dit onderzoek richt zich op de marketingcommunicatie van de drie basisscholen in de Bouwmeesterbuurt. De richtlijnen voor de profilering en het communicatiebeleid zijn opgesteld, met als doel (potentiële) ouders/ kinderen in de wijk te interesseren en attent te maken op de profilering en positionering van de school, zodat de basisscholen meer aanmeldingen zullen krijgen. Er is echter geen intern communicatieplan, wat belangrijk is voor het intern communiceren van de positionering, profilering, waarden etc. van de basisscholen naar de teamleden. Een goede externe communicatie vereist immers een goede interne communicatie.

Door een intern communicatieplan voor elke basisschool op te stellen wordt duidelijk waar de communicatieknelpunten liggen en kunnen deze opgelost worden. Dit schept duidelijkheid, waardoor mogelijke onduidelijkheden weg worden genomen en alle teamleden met hun neus dezelfde kant op kijken.

Verbreed de kijkwijde

In dit marketingcommunicatieonderzoek is gekeken naar de drie basisscholen in de Bouwmeesterbuurt. Daarnaast is er ook gekeken naar Almere Buiten als omgeving en factoren die een rol kunnen spelen in de marketingcommunicatie van de drie basisscholen. Het is echter aan te bevelen om in de toekomst niet alleen naar de scholen in één buurt te kijken, maar ook naar scholen die daarbuiten liggen (in Almere Buiten of zelfs geheel Almere). Hoewel ouders/ verzorgers de afstand tot de basisschool een hele belangrijke beslissing vinden in het schoolkeuzeprocess, wil dit niet zeggen dat dit voor iedereen zo is. Het openbaar vervoer in Almere is goed geregeld, waardoor (potentiële) ouders/ verzorgers ook kunnen kiezen voor een school die met het openbaar vervoer makkelijk te bereiken is. Deze scholen kunnen dan als concurrentie worden gezien en dienen in vervolgonderzoek mee te worden genomen in het proces.

Een veilige en sociale schoolomgeving

Niet alleen goed en passend onderwijs voor het kind zijn van belang. Uit het marketingcommunicatieonderzoek werd ook duidelijk dat ouders/ verzorgers grote waarde hechten aan een veilige en sociale schoolomgeving, waarin hun kind zich begeeft. Met een veilige omgeving wordt de hygiëne van de school bedoeld. Met een sociale omgeving wordt het aanbod in speeltoestellen en dergelijke bedoeld.

De primair onderwijs scholen wordt daarom geadviseerd om ervoor te zorgen dat de schoolomgeving hierbij aansluit. Dit kunnen zij doen door:

- ⌘ De speelplaats van de school schoon te houden. Zorg dat er geen stukken glas of andere objecten op de grond liggen;
- ⌘ Ervoor te zorgen dat de kinderen ten alle tijden in het zicht blijven van begeleiders, zodat zij bijvoorbeeld niet zomaar onopgemerkt het schoolplein kunnen verlaten;
- ⌘ Ervoor te zorgen dat niemand onopgemerkt de school in en uit kan lopen. Een leerkracht of conciërge dient op te merken wanneer iemand de school binnentreedt en dient deze te ontvangen. Dit heeft tevens als voordeel dat de bezoeker zich niet 'buitengesloten' voelt;
- ⌘ Verouderde sanitair op tijd te vervangen. Ouders/ verzorgers hebben tijdens de groepsdiscussies laten weten dat zij het sanitair van sommige basisscholen verouderd vinden. Zo kunnen (inmiddels) gladde vloeren zorgen voor valpartijen en kunnen de leidingen sneller gaan lekken. Dit geeft een negatief beeld voor de ouders/ verzorgers;
- ⌘ Genoeg speelmateriaal voor de kinderen in huis te hebben. Zo kunnen de kinderen spelen met elkaar, wat de scholen ook belangrijk vinden (interactie met elkaar). Nu komt het voor dat er te weinig speeltoestellen zijn en de kinderen zich kunnen vervelen, waardoor zij bijvoorbeeld eerder geneigd zijn om 'stiekem' de schoolplein te verlaten.

8 Noten

¹ Kaap, van der, 2006

² SWOT-Analyse: Strength, Weaknesses, Opportunities en Threats analyse.

³ Een voetnoot is een opmerking met betrekking tot een element uit een tekst die onder aan de bladzijde waarop het tekst eindigt wordt weergegeven

⁴ American Psychological Association

⁵ Voor de interne analyse is gekeken naar de in- en uitstroom van leerlingen, de samenstelling naar leeftijd, etniciteit en herkomst naar wijken in Almere Buiten en een aantal schoolindicatoren (m.u.v. PO de Trinoom)

⁶ Voor de analyse van kwaliteit van PO de Manse, de Trinoom en de Piramide zijn de gegevens gebruikt uit het jaarlijks kwaliteitsonderzoek schooljaar 2006/2007 van de Inspectie van het Onderwijs

⁷ Zie bijlagen 6, Interne Analyse

⁸ Zie bijlage 6, Interne analyse

⁹ Ratio Onderwijs Ondersteunend Personeel

¹⁰ Zie bijlage 6, Interne Analyse

¹¹ Zie bijlage 2, Onderwijsvormen

¹² Zie bijlage 6, Interne analyse

¹³ Ratio Onderwijs Ondersteunend Personeel

¹⁴ PKO: Periodiek Kwaliteits Onderzoek

¹⁵ Interpersoonlijke communicatie is communicatie tussen twee personen of groepen, waarbij interactieprocessen optreden

¹⁶ Bron: <http://www.piramide.edu.almere.nl>

¹⁷ Interpersoonlijke communicatie is communicatie tussen twee personen of groepen, waarbij interactieprocessen optreden

¹⁸ Bron: <http://www.manse.edu.almere.nl>

¹⁹ Bron: <http://www.trinoom.edu.almere.nl>

²⁰ Zie hoofdstuk 1.4

²¹ De DESTEP-analyse richt zich voornamelijk op Almere Buiten en daarbinnen de Bouwmeesterbuurt

²² Zie bijlage 6, Externe analyse

²³ In procenten van het aantal inwoners

²⁴ De Bouwmeesterbuurt behoort tot één van de eerste buurten in Almere Buiten

²⁵ De meest recente inkomensgegevens komen uit 2004, toen de Sieradenbuurt nog niet bestond. Momenteel zijn de bewoners van deze buurt waarschijnlijk het meest welvarend

²⁶ Bronnen: Sociale Atlas van Almere 2000-2006, O&S Gemeente Almere; CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004

²⁷ Zie bijlage 6, Externe analyse

²⁸ Zie bijlage 6, Externe analyse

²⁹ In overleg met de Almeerse Scholen Groep is besloten geen groepsgesprek te houden met ouders/verzorgers van leerlingen van PO de Trinoom

³⁰ bepaalde levensbeschouwelijke identiteit van de school. Onderscheiden worden: openbaar, algemeen bijzonder, katholiek, protestants christelijk en overig

³¹ De positie van de PO scholen t.o.v. andere PO scholen in de perceptie van de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk

³² De vertaling van de strategie en de doelstellingen in een concrete belofte/ slogan

³³ Voor de interne communicatie mediakeuze, zie paragraaf 7.6

³⁴ Bij een transformationele positionering (ook wel imago- of levensstijlpositionering genoemd) worden de voordelen van de school verbonden met de waarden of levensstijl van de (potentiële) ouders van kinderen in de wijk

³⁵ Instrumentele behoeften zijn 'concrete' behoeften die mensen hebben, zoals openbaar vervoer of laptops. Emotionele behoeften zijn de meer abstracte behoeften die mensen hebben, zoals zelfontplooiing of succes

³⁶ PDF-bestanden zijn elektronische documenten

³⁷ De communicatieafdeling en de keuze van communicatiemiddelen door S. Schroeffer (2004)

³⁸ De Manse (Openbaar onderwijs), De Piramide (Openbaar onderwijs) en De Trinoom (Montessorischool), gelegen in de Bouwmeesterbuurt te Almere Buiten

³⁹ Bron: onderwijsmeter 2008

⁴⁰ Bron: <http://www.minocw.nl>

- ⁴¹ Bron: <http://www.cbs.nl>
⁴² Bron: <http://www.arbounie.nl>
⁴³ Bron: <http://www.leerplicht.net>
⁴⁴ Bron: Jaarboek onderwijs 2009
⁴⁵ Bron: <http://www.wikipedia.nl>
⁴⁶ Bron: <http://www.minowc.nl>
⁴⁷ Bron: onderwijsmeter 2008
⁴⁸ Bron: onderwijsmeter 2007
⁴⁹ Zie hoofdstuk 7.5 en 7.6
⁵⁰ Brink, van den, 2003
⁵¹ Floor, Raaij, van, 2006
⁵² Bron: schoolportretten PO de Manse, de Trinoom en de Piramide van de afdeling Onderzoek en Statistiek van de Almeerse Scholen Groep
⁵³ Bron: www.onderwijsinspectie.nl
⁵⁴ (v)so-zmlk: (voortgezet) speciaal onderwijs voor moeilijk lerende kinderen
⁵⁵ Vbo: voortgezet beroepsonderwijs
⁵⁶ Het CFI is een instelling die diverse producten, diensten en publicaties op het terrein van onderwijs en financiën levert
⁵⁷ PKO: Periodiek Kwaliteits Onderzoek
⁵⁸ Sociale huurwoningen zijn woningen met een huur van maximaal € 621,78.
⁵⁹ Bron: CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004
⁶⁰ Bron: CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004
⁶¹ Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007

9 Tabellen- en figurenregister

Figuur 1 - Geografische ligging basisscholen Almere Buiten.....	26
Figuur 2 - krachtenveld probleem	94
Figuur 3 – Het Nederlands onderwijsstelsel.....	95
Figuur 4 - Openstaande vacatures	96
Figuur 5 - Grootste problemen waarmee het basisonderwijs geconfronteerd wordt.	99
Figuur 6 – Grootste problemen waarmee het voortgezet onderwijs geconfronteerd wordt.	100
Figuur 7 - Grootste problemen waarmee het middelbaar onderwijs geconfronteerd wordt.	100
Figuur 8 - Grootste problemen waarmee het hoger onderwijs geconfronteerd wordt.	101
Figuur 9 - Primair onderwijs	103
Figuur 10 - Voortgezet onderwijs	103
Figuur 11 - Middelbaar beroepsonderwijs en hoger onderwijs	104
Figuur 12 - Instellingen primair onderwijs	105
Figuur 13 - Instellingen voortgezet onderwijs.....	106
Figuur 14 - Instellingen middelbaar beroepsonderwijs en hoger onderwijs	106
Figuur 15 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het basisonderwijs.	118
Figuur 16 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het voortgezet onderwijs.....	119
Figuur 17 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het middelbaar beroepsonderwijs.....	120
Figuur 18 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het hoger onderwijs.....	120
Figuur 19 – Organogram Het Baken	121

Figuur 20 - Positioneringsmodel.....	135
Figuur 21 – Vijfkrachtenmodel Porter	137
Figuur 22 – Six-C model.....	138
Figuur 23- Totaal aantal leerlingen de Manse.....	150
Figuur 24- Percentage leerlingen naar leeftijd per schooljaar op de Manse	150
Figuur 25- Percentage leerlingen naar leeftijd per leeftijdscategorie op de Manse	151
Figuur 26 - Verhouding allochtoon/autochtoon op de Manse	152
Figuur 27 - Leerling naar land van herkomst op de Manse.....	152
Figuur 28 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Manse	155
Figuur 29 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Manse.....	156
Figuur 30 - Totaal aantal leerlingen de Trinoom	158
Figuur 31 - Percentage leerlingen naar leeftijd, per schooljaar op de Trinoom	158
Figuur 32 - Percentage leerlingen naar leeftijd op de Trinoom	159
Figuur 33 - Verhouding allochtonen/autochtonen op de Trinoom.....	160
Figuur 34 - Leerlingen naar land van herkomst op de Trinoom	160
Figuur 35 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.00 op de Trinoom	161
Figuur 36 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.25 op de Trinoom	161
Figuur 37 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.90 op de Trinoom	161
Figuur 38 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Trinoom	164
Figuur 39 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Trinoom.....	165
Figuur 40 - Totaal aantal leerlingen op de Piramide	166
Figuur 41 - Percentage leerlingen in leeftijd per schooljaar op de Piramide	167
Figuur 42 - Percentage leerlingen per leeftijd op de Piramide	167
Figuur 43 - Verhouding allochtonen/autochtonen op de Piramide.....	168
Figuur 44 - Leerlingen naar land van herkomst op de Piramide	168
Figuur 45 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.00 op de Piramide.....	169
Figuur 46 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.25 op de Piramide.....	169
Figuur 47 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.90 op de Piramide.....	169
Figuur 48 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Piramide	173
Figuur 49 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Piramide	173
Figuur 50 - Buurten in Almere Buiten met buurtcodes.....	182
Figuur 51 - Aantal inwoners verhuisd in 2007 vanuit deze wijk naar een andere wijk in Almere in %	185
Figuur 52 - Aandeel sociale huurwoningen (in % van alle woningen) op 1 januari 2008	188
Figuur 53 - Verloop niet-werkende werkzoekenden en arbeidsongeschiktheidsuitkeringen naar stadsdeel, 2001-2006	190
Figuur 54 - Ontwikkeling huishoudeninkomens 1998-2004 in Almere, naar stadsdeel	190
Figuur 55 - Inkomensverdeling Bouwmeesterbuurt, naar wijken.....	191
Figuur 56 - Ontwikkeling aantal arbeidsplaatsen en bedrijven in Almere Buiten.....	192
Figuur 57 - Voorzieningen in Almere Buiten	196
Figuur 58 - Hotspots realisatie Masterplan Centrumplan Almere Buiten.....	197
 Tabel 1 - Openstaande vacatures.....	 96
Tabel 2 - Regionale knelpuntcores primair onderwijs	98

Tabel 3 - Regionale knelpuntcores voortgezet onderwijs	99
Tabel 4 - Rapportcijfers kwaliteit onderwijs.....	116
Tabel 5 - Rapportcijfers kwaliteit leraren	117

Literatuurlijst

De literatuur die gebruikt is bij het opstellen en uitvoeren van de afstudeeropdracht is hieronder terug te vinden.

Literatuurverwijzingen boeken

Baarda, D.B. & de Goede, M.P.M. (1990). *Basisboek, Methoden en Technieken*. (Eerste druk). Leiden/Antwerpen: Stenfert Kroese Uitgevers.

Dam, N. V. & Marcus, J. (2005). *Organisatie en Management, Een praktijkgerichte benadering*. (Vijfde druk). Groningen/Houten: Wolters Noordhoff.

Floor, J.M.G. & Raaij, W.F. van (2006). *Marketingcommunicatiestrategie*. (Vijfde druk). Groningen: Stenfert Kroese.

Gemeente Almere. (2008). *Sociale Atlas van Almere 2008*. Breda: Koninklijke Broese & Peereboom B.V.

Kaap, van der, G. (2006). *Toegepast communicatieonderzoek*. (Eerste druk). Amsterdam: Boom.

Mastenbroek, J., Persie, M. van., Rijnja, G. & Vries, B. de. (2004). *Public Relations: de communicatie van organisaties*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Literatuurverwijzingen internetpagina's

http://www.allesovermarktonderzoek.nl/Marktonderzoek/Typen_onderzoek/Lezersonderzoek.aspx

<http://www.almeersescholengroep.nl>

<http://www.almere.nl>

<http://www.cbs.nl>

<http://www.communicatieplan.net>

<http://www.communicatieplein.nl>

<http://www.minocw.nl>

<http://www.onderwijsarbeidsmarktbarometer.nl>

<http://www.right-marktonderzoek.nl/Methoden-onderzoek/Kwalitatief-onderzoek.aspx>

Literatuurverwijzingen overig

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2008). *Jaarboek onderwijs in cijfers 2009*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek

Index

Aanbevelingen	83	Marketingcommunicatiebudget	81
Almeerse Scholen Groep	11	Marketingcommunicatiedoelgroep	63
Almere Buiten.....	41	Marketingcommunicatiedoelstellingen.....	63
ASG	12	marketingcommunicatiemix.....	74
Bedrijventerreinenprofiel Almere Buiten.....	39	<i>Marketingcommunicatieplan</i>	17, 62
Belangstellingspercentages.....	26	Marketingcommunicatiestrategie	66
beroepsbevolking van Almere Buiten	39	Mediakeuze	75
Bureauonderzoek	132	onderzoeksdeelvragen.....	19
Communicatiemiddelen	16	onderzoeksdoelstellingen.....	19
Communicatiemiddelen Almeerse Scholen		onderzoeksmethoden.....	20
Groep.....	16	onderzoeksopzet	19
Concurrentie.....	62	Operationele communicatiemiddelen.....	78
Confrontatiematrix.....	53	organogram	14
De opdracht.....	11	oriëntatiefase.....	12
<i>Doelgroep marketingcommunicatie onderzoek</i>		PO De Manse	28
.....	18	PO De Piramide	31
Ecologisch Masterplan	42	PO De Trinoom.....	29
empirisch onderzoek	20	probleemstelling	17
Externe analyse	37	Propositie.....	73
Groepsgesprekken.....	43	randvoorwaarden afstudeeronderzoek.....	18
Het bedrijfsbureau	13	Six-C model	66
Interne analyse.....	26	Strategische opties	59
Kernbegrippen.....	Zie probleemstelling	Structuur	12
Kwalitatief (veld)onderzoek	33	SWOT-Analyse.....	47
Leerlinggewicht	27	<i>visie</i>	15

Bijlagen

Bijlage 1: De toelichting op de opdracht van de Almeerse Scholen Groep

Bijlage 2: De branchestudie

Bijlage 3: De aanvulling op de organisatie

Bijlage 4: De uitbreiding van de onderzoeksmethoden

Bijlage 5: Model en Planvorm

Bijlage 6: De aanvulling op het onderzoek (interne en externe analyse)

Bijlage 7: Communicatieplan - Media-overzicht

Bijlage 8: Verklaring eigen werk

Bijlage 9: Tien Stappen Plan Masterplan

Bijlage 1: De toelichting op de opdracht van de Almeerse Scholen Groep

Aan de hand van de opdracht die vanuit de Almeerse Scholen Groep is geformuleerd (zie hoofdstuk 1), is hieronder een probleemanalyse uiteengezet. In de probleemanalyse is het probleem/ de opdracht van de Almeerse Scholen Groep geherformuleerd volgens de methode van van der Kaap (2006). De probleemanalyse gaat in op de volgende aspecten:

- ⌘ De aanleiding van het probleem;
- ⌘ Het krachtenveld waarbinnen het probleem zich afspeelt;
- ⌘ De deskundigheid van de communicatiedeskundige;
- ⌘ De probleemsoort.

Aanleiding van het probleem

Organisatie

De Almeerse Scholen Groep is een stichting die wordt bestuurd door het College van Bestuur. Voorzitter van het College van Bestuur is John van der Vegt. De stichting kent een Raad van Toezicht, deze bestaat uit zeven leden en heeft de taak toezicht te houden op het beleid van het College van Bestuur en de gang van zaken binnen de stichting. Er zijn circa 2500 medewerkers werkzaam bij de Almeerse Scholen Groep.

De filosofie

De filosofie van de Almeerse Scholen Groep is gebaseerd op 'integraal management'. De scholen staan centraal, maar ze functioneren wel binnen één concern. Scholen hebben een grote mate van zelfstandigheid en staan onder het bestuurlijk toezicht van het College van Bestuur.

Organisatiestructuur

De organisatie is onderverdeeld in drie onderdelen:

Het basisonderwijs

Het basisonderwijs bestaat uit 52 basisscholen welke individueel worden aangestuurd door een directeur en beleidsmatig vanuit het bestuur door een clusterdirecteur. Er zijn vijf clusterdirecteuren die ieder ongeveer negen basisscholen aansturen, met als voornaamste taak het toezien op de voortgang zowel inhoudelijk als qua bedrijfsvoering en het coachen van de scholen waar nodig.

Het voortgezet onderwijs

Het openbaar voortgezet onderwijs bestaat uit 8 scholen, waarvan ieder onder verantwoordelijkheid van een rector/directeur. De rector/directeur legt verantwoording af aan het College van Bestuur over de voortgang en opbrengsten van de school.

Het bedrijfsbureau

Het bedrijfsbureau ondersteunt het College van Bestuur en de scholen qua beleid en beheer op het gebied van de bedrijfsvoering (personeel, financieel, materieel, communicatie, ICT en huisvesting/onderhoud).

De aanleiding van het probleem is dat een drietal scholen voor het primair onderwijs in Almere Buiten³⁸ moeite hebben met het aantrekken van nieuwe leerlingen. Deze drie scholen hebben zich

³⁸ De Manse (Openbaar onderwijs), De Piramide (Openbaar onderwijs) en De Trinoom (Montessorischool), gelegen in de Bouwmeesterbuurt te Almere Buiten.

nog niet (goed) gepositioneerd, waardoor niet duidelijk is wat deze scholen te bieden hebben voor (potentiële) nieuwe leerlingen. Daarnaast beconcurreren deze scholen elkaar, terwijl ze samen zouden kunnen werken.

De directe context van het probleem heeft dus betrekking op de marketingcommunicatie.

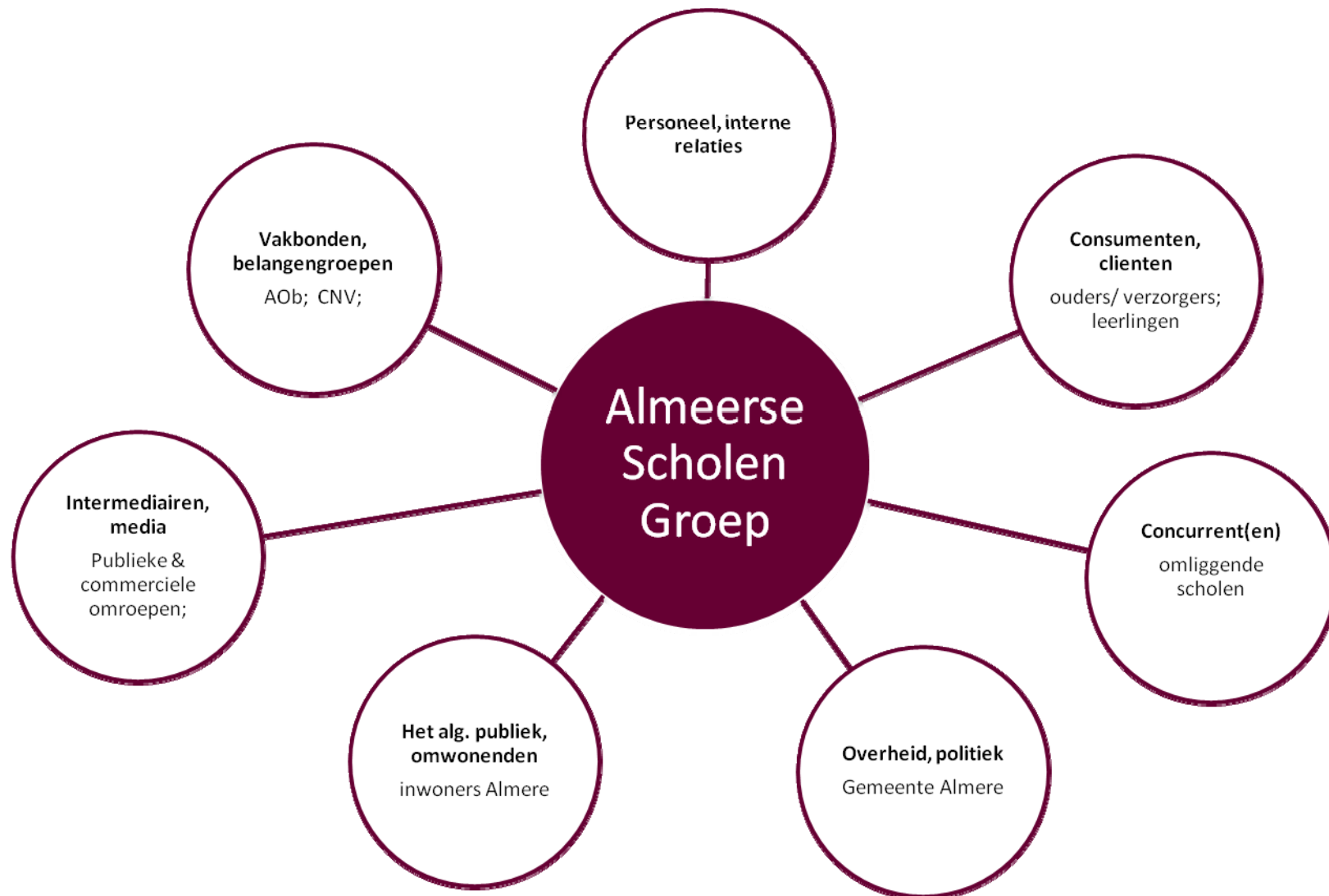
Het krachtenveld waarbinnen het probleem zich afspeelt

Factoren die bij kunnen dragen aan het probleem

Er zijn een aantal factoren die bij kunnen dragen aan het probleem. Deze factoren zijn hieronder kort opgesomd:

- ⌘ Weinig tot geen communicatiebeleid (positionering- en profileringprobleem)
- ⌘ Weinig tot geen PR (naamsbekendheidprobleem)
- ⌘ Vertekend beeld onderwijsconcept (imagoprobleem)
- ⌘ Te groot aanbod primair onderwijsscholen in de buurt (concurrentieprobleem)

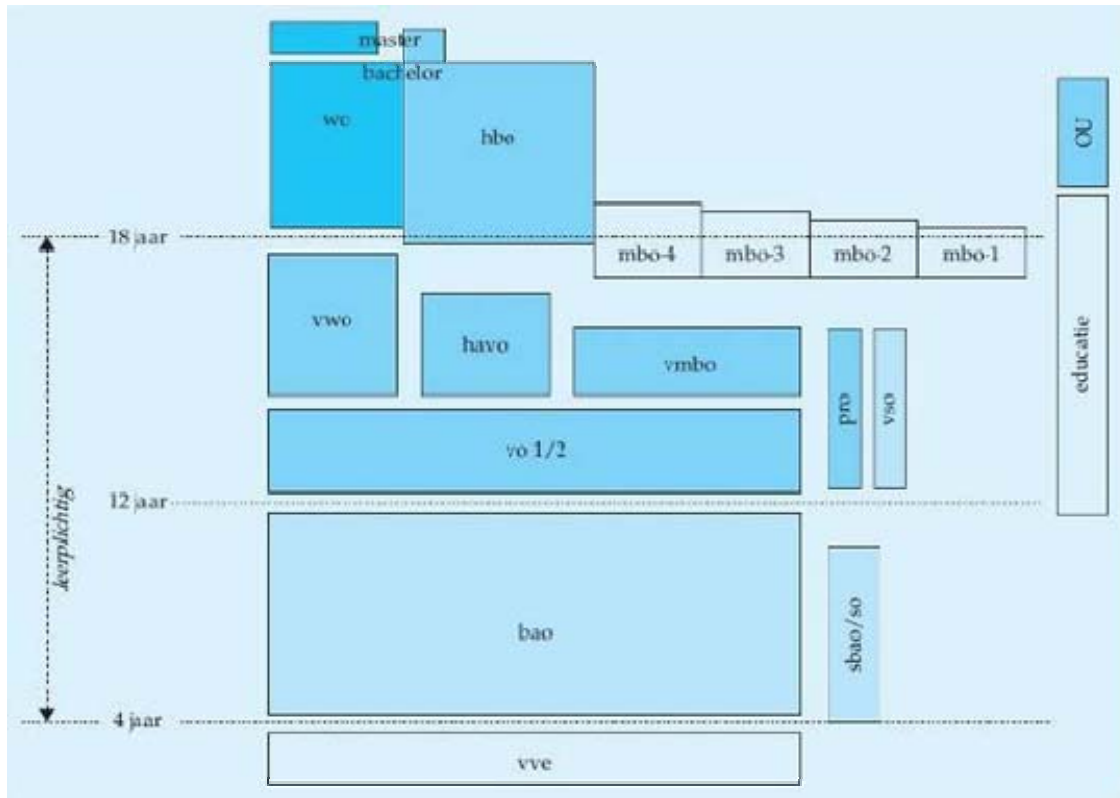
Op de volgende pagina is een krachtenveld van het probleem uiteengezet. In dit krachtenveld zijn alle stakeholders opgenomen die een bepaald belang hebben bij het probleem. Dit krachtenveld is opgesteld volgens de probleemanalyse van van der Kaap (2006).



Figuur 2 - krachtenveld probleem

Bijlage 2: De branchestudie

Het Nederlandse onderwijsstelsel bestaat uit 4 sectoren: het primair onderwijs (po), het voortgezet onderwijs (vo), het beroepsonderwijs en volwasseneneducatie (bve) en het hoger onderwijs (ho).



Figuur 3 – Het Nederlands onderwijsstelsel

Bron: OCW

ba	basisonderwijs	sb	speciaal basisonderwijs
bb	beroepsbegeleidende leerweg	so	speciaal onderwijs
bo	beroepsopleidende leerweg	vm	voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs
h	hoger algemeen voortgezet onderwijs	vo	voortgezet onderwijs
hb	hoger beroepsonderwijs	vso	voortgezet speciaal onderwijs
mb	middelbaar beroepsonderwijs	vve	voor- en vroegschoolse educatie
OU	Open Universiteit	vwo	voorbereidend wetenschappelijk onderwijs
pro	praktijkonderwijs	wo	wetenschappelijk onderwijs

Knelpunten binnen de branche

Naast andere branches heeft ook de onderwijsbranche te maken met knelpunten. Deze knelpunten worden veroorzaakt door verschillende factoren³⁹ en worden hieronder weergegeven.

Lerarentekort

³⁹ Bron: onderwijsmeter 2008.

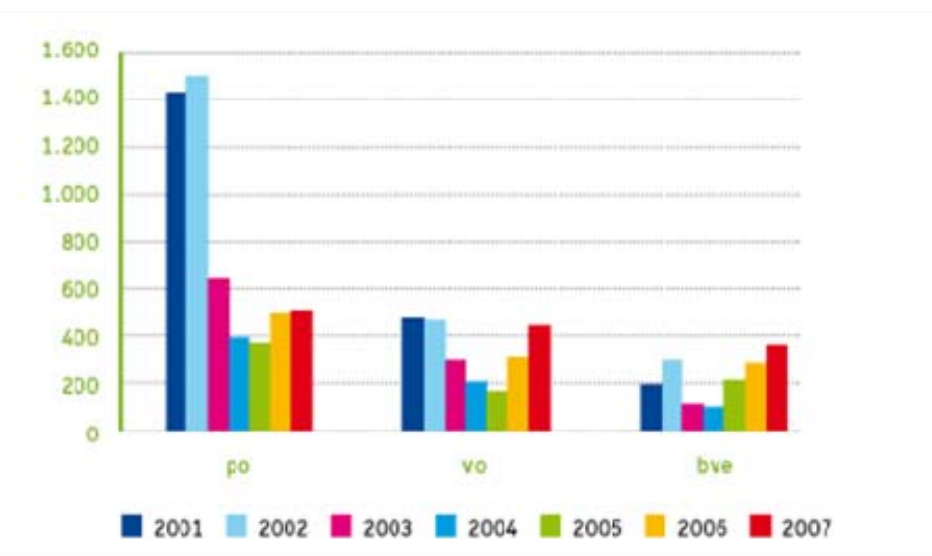
Het aantal openstaande vacatures in het onderwijs (po, vo en bve) neemt toe.

Het aantal openstaande vacatures voor leraren en managers (omgerekend naar voltijdbanen) loopt in alle sectoren sinds 2005 weer op, nadat het na een hoogtepunt in 2002 was teruggelopen. Het primair onderwijs (po) vertoont een opmerkelijke daling in het aantal vacatures tussen 2002 en 2003. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de neergang van de conjunctuur, aangevuld met een hogere instroom van net afgestudeerde leraren en zij-instromers.

De vraag naar personeel blijft in het po groot, al neemt de stijging minder snel toe dan in de overige sectoren. Vooral in het vo en bve (beroepsonderwijs en volwasseneneducatie) is de spanning op de arbeidsmarkt toegenomen. In het voortgezet onderwijs (vo) stijgt de vraag het sterkst. In de bve-sector is de vraag naar leraren en managers het kleinst, maar ook daar is duidelijk een stijging te zien. In alle sectoren laat de hoeveelheid openstaande vacatures een stijging zien op het moment dat de werkloosheidscijfers dalen.

Openstaande vacatures

aantal openstaande vacatures (in fte) voor leraren en directiepersoneel.



Figuur 4 - Openstaande vacatures

Bron: OCW

jaar	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
po	1.430	1.500	640	390	370	500	510
vo	480	470	300	200	160	310	440
bve	190	300	110	100	210	290	360

Tabel 4 - Openstaande vacatures

Bron: Regioplan, Arbeidsmarktbarometers po, vo en bve

Definitie openstaande vacatures

De gemiddelde vacaturevoorraad die in het derde kwartaal open staat, op basis van advertentietelling, uitgedrukt in aantallen voltijdsvacatures (fte). Het kan daarbij gaan om een reguliere vacature of een vacature voor vervanging voor langer dan drie weken.

Ook een vacature waarvoor een tijdelijke noodoplossing is toegepast – bijvoorbeeld personeel met andere taken voor de groep of het samenvoegen van groepen – wordt als openstaand beschouwd. Het gaat hier specifiek om vacatures voor leraren en directiepersoneel⁴⁰.

Vergrijzing

Voor het onderwijs komt daar echter nog een belangrijk punt bij. Het aandeel oudere werknemers is in de onderwijssectoren aanzienlijk hoger dan het landelijk gemiddelde, vooral in vo, mbo en ho. Het landelijk gemiddelde voor het aandeel 55-plussers is 10 procent, terwijl dat in de onderwijssectoren tussen de 15 procent (po) en 28 procent (wo) ligt. Dit betekent dat de komende jaren de uitstroom van (vroeg)pensionerenden in de onderwijssectoren flink toeneemt. Daardoor neemt de vervangingsvraag veel sterker toe dan het aanbod van nieuwe leerkrachten dat van de lerarenopleidingen komt. De verwachting over de aantallen afstudeerders van de lerarenopleidingen ligt op een niveau dat normaal gesproken toereikend is, maar dat te weinig zal zijn om te kunnen voldoen aan de bovengemiddelde vervangingsvraag, met name in het voortgezet onderwijs.

Naast het feit dat de vergrijzing een apart knelpunt is, draagt de vergrijzing gedeeltelijk bij aan het knelpunt lerarentekort.

Schaarste aan hoger opgeleiden

Op korte termijn ontstaat er in Nederland een tekort aan hoger opgeleiden, bij uitstek de groep waar het onderwijs het van moet hebben. In het jaar 2010 blijven mogelijk 75.000 vacatures voor hoger opgeleiden ongevuld. Van alle mensen die in het onderwijs werken is bijna 80 procent hoger opgeleid. Dat draagt ertoe bij dat met name scholen in het voortgezet onderwijs veel moeite krijgen om aan voldoende gekwalificeerd personeel te komen. Bovendien bestaat er met name in het primair en voortgezet onderwijs de bevoegdheidseis. Dit betekent dat alleen hoger opgeleiden van de lerarenopleiding voor de klas mogen staan, plus hoger opgeleide zijinstromers die een verkorte lerarenopleiding volgen.

Salariëring

Volgens de nota 'werken in het onderwijs' uit 2008 zijn werknemers in het onderwijs niet erg tevreden met hun loon, vooral in het primair en voortgezet onderwijs zijn ze (soms zeer) ontevreden. Ze ervaren dat er weinig mogelijkheden zijn om financieel door te groeien (gebrek aan carrièreperspectief). Een hoger loon staat dan ook op nummer één van het wensenlijstje van werknemers in het onderwijs. De mogelijkheid om eerder met werken te kunnen stoppen staat op twee.

Risicoregio's

De kans op het ontstaan van arbeidsmarktproblemen is niet voor alle regio's gelijk. Om na te gaan hoe groot de arbeidsmarktproblemen in primair en voortgezet onderwijs per regio kunnen worden, is een risicoregio-analyse gemaakt. Daarin zijn de belangrijkste factoren verwerkt, die bepalend zijn voor de arbeidsmarkt. Dit is in de eerste plaats uiteraard de verwachte gemiddelde arbeidsmarktspanning over de periode 2007-2011. Daarnaast zijn in deze analyse ook de vacatureaantallen van de afgelopen periode voor leraren meegenomen. Voor het voortgezet onderwijs is verder het aandeel onbevoegde leraren per regio in de analyse betrokken, en voor zowel po als vo is rekening gehouden met de beloningsverschillen naar regio. In het voortgezet onderwijs lopen Almere, Rijnmond en Amsterdam de grootste risico's op arbeidsmarktproblemen. In het primair onderwijs zijn dat Amsterdam, Utrecht en Almere. De tabellen hieronder geven een gedetailleerde uitwerking van deze analyse.

⁴⁰ Bron: <http://www.minocw.nl>

Regio (23-deling)	spanning managers	spanning leraren	vacatures	belonings- verschil	totaal score
Amsterdam	1,12	2,82	2,67	2,16	8,77
Utrecht	1,98	1,55	2,67	0,59	6,79
Almere	1,70	1,75	1,14	-0,34	4,25
Zuidelijk Noord-Holland	0,37	0,70	0,00	1,17	2,24
Rotterdam	0,82	-0,17	-0,38	1,38	1,64
IJssel/Veluwe	0,94	0,48	0,76	-0,74	1,45
Den Haag	0,01	0,36	0,00	0,92	1,29
Groningen	1,29	0,35	-0,76	-0,46	0,43
Flevoland	1,76	0,87	-1,14	-1,06	0,42
Midden-Nederland	-0,25	0,25	0,38	0,00	0,38
Rijnmond	0,08	-0,39	0,38	0,24	0,32
Haaglanden	-0,12	0,10	-0,38	0,37	-0,04
Noord-Holland Noord	-0,53	0,73	-0,38	-0,40	-0,57
Rijnstreek	-1,22	-0,23	0,38	0,49	-0,59
Friesland	0,53	0,51	-0,76	-1,14	-0,87
Zuidoost-Brabant	0,34	-0,65	-0,38	-0,36	-1,04
Arnhem-Oost Gld./Nijm. Rivierenland	-0,50	-0,34	0,38	-0,62	-1,08
Drenthe	0,77	-0,45	-0,76	-0,94	-1,38
Zeeland	0,37	-0,89	-0,76	-0,14	-1,42
Midden- en West-Brabant	-0,65	-0,77	-0,76	0,08	-2,10
IJssel-Vecht/Twente	-0,43	-0,60	0,00	-1,12	-2,15
Noordoost-Brabant	-0,30	-1,26	-0,76	-0,15	-2,47
Limburg	-2,24	-1,47	0,00	-0,83	-4,53

Tabel 5 - Regionale knelpuntcores primair onderwijs

Regio (23-deling)	spanning leraren	belonings- verschil	onbevoegde leraren	vacatures	totaal score
Almere	3,61	-0,78	1,34	2,39	6,56
Rijnmond	-0,26	-0,10	1,44	1,74	2,82
Amsterdam	-1,25	2,12	0,82	0,65	2,34
Haaglanden	0,49	0,04	0,44	1,30	2,27
Den Haag	0,00	0,68	1,28	0,00	1,97
Rotterdam	-1,55	1,21	2,27	0,00	1,93
IJssel/Veluwe	0,92	-1,24	0,59	0,87	1,14
Zuidelijk Noord-Holland	0,55	0,97	-0,64	0,22	1,10
Flevoland	0,02	-1,62	0,29	2,39	1,09
Rijnstreek	-0,82	0,18	0,94	0,22	0,52
Utrecht	-0,42	0,30	-0,70	1,09	0,26
Midden- en West-Brabant	0,15	-0,29	-0,16	-0,22	-0,52
Noord-Holland Noord	0,43	-0,85	-0,13	0,00	-0,55
Zuidoost-Brabant	0,55	-0,80	0,34	-0,65	-0,56
Midden-Nederland	-0,08	-0,38	-1,07	0,65	-0,88
Zeeland	-0,93	-0,55	0,98	-0,43	-0,94
Arnhem-Oost Gld./Nijm. Rivierenland	0,78	-1,10	-0,80	-0,43	-1,56
IJssel-Vecht/Twente	-0,11	-1,69	-0,19	-0,22	-2,20
Noordoost-Brabant	-0,05	-0,56	-0,42	-1,30	-2,33
Groningen	0,29	-0,92	-1,46	-0,43	-2,52
Drenthe	-0,36	-1,47	-1,24	-0,22	-3,29
Friesland	0,00	-1,71	-1,12	-0,65	-3,48
Limbura	-0,71	-1,34	-0,65	-1,09	-3,79

Tabel 6 - Regionale knelpuntcores voortgezet onderwijs

Opinie van Nederlandse Burgers

In de onderwijsmeter van 2008 is aan de Nederlandse burger gevraagd wat zij als knelpunten in het onderwijs zien. Deze knelpunten zijn hieronder uiteengezet voor het basisonderwijs, voortgezet onderwijs, middelbaar beroepsonderwijs en het hoger onderwijs.

Basisonderwijs

	Burgers over PO (%)
▪ Lerarentekort	15
▪ De grootte van de klassen	6
▪ Kwaliteit leerkrachten (kundigheid leerkrachten, capabele leerkrachten)	6
▪ Basisvaardigheden/basiskennis (rekenen, taal etc.)	6
▪ Bezuinigingen/ te weinig geld voor onderwijs	6

Figuur 5 - Grootste problemen waarmee het basisonderwijs geconfronteerd wordt.

- ⌘ Het meest genoemde probleem in het primair onderwijs is het lerarentekort. Met 15% staat dit zorgpunt duidelijk bovenaan in de top 5. Vorig jaar noemde 5% het lerarentekort als het grootste probleem waar het basisonderwijs mee geconfronteerd werd.
- ⌘ Het probleem dat in 2007 het vaakst genoemd werd, het aantal allochtonen, komt in 2008 niet in de top 5 voor. Verder is ten opzichte van 2007 vooral opvallend dat basisvaardigheden in het lijstje meest genoemde zorgpunten voorkomen. 6% van de ondervraagden geeft dit jaar aan dat het aanleren van basisvaardigheden een probleem is in het basisonderwijs.

Voortgezet onderwijs

	Burgers over VO (%)
▪ Lerarentekort	13
▪ Lesuitval	6
▪ Tijdsindeling/lesrooster/te veel tussenuren/te veel vrije tijd	6
▪ Inhoudelijke vernieuwingen in het onderwijs (studiehuis, competentiegericht onderwijs, het nieuwe leren)	4
▪ Kwaliteit leerkrachten (kundigheid leerkrachten, capabele leerkrachten)	4

Figuur 6 – Grootste problemen waarmee het voortgezet onderwijs geconfronteerd wordt.

- ⌘ Ook bij het voortgezet onderwijs is het lerarentekort duidelijk het vaakst genoemd als zorgpunt (13%). Vorig jaar gaf 6% dit aan als grootste probleem voor het voortgezet onderwijs.
- ⌘ Lesuitval, tijdsindeling (beide 6%), inhoudelijke vernieuwingen en de kwaliteit van leerkrachten (beide 4%) zijn verder de meest genoemde zorgpunten voor dit type onderwijs. De zorg over lesuitval zagen we vorig jaar opkomen en dit jaar komt het weer aan de orde.
- ⌘ De zorg over tijdsindeling en het lesrooster is nieuw, deze kwam niet eerder voor in het rijtje meest genoemde zorgpunten.
- ⌘ In 2007 noemde 9% ‘inhoudelijke vernieuwingen’ als probleem, in 2008 is dit teruggelopen naar 4%.

Middelbaar onderwijs

	Burgers over MBO (%)
▪ Lerarentekort	13
▪ Aansluiting van het onderwijs (theorie) op de praktijk	7
▪ Studenten worden vaak te zelfstandig gelaten	5
▪ Tijdsindeling/lesrooster/te veel tussenuren/te veel vrije tijd	5
▪ Lesuitval	5
▪ Vroegtijdige schoolverlaters	5

Figuur 7 - Grootste problemen waarmee het middelbaar onderwijs geconfronteerd wordt.

- ⌘ Ook bij het middelbaar beroepsonderwijs maakt men zich het meest zorgen over het lerarentekort (13%). In 2007 gaf 4% van de ondervraagden het lerarentekort aan als grootste probleem waarmee het mbo geconfronteerd wordt. Nu is dat dus een beduidend hoger percentage.
- ⌘ Lesuitval was in 2007 het grootste zorgpunt, met 6% stond dit punt hoog in het lijstje zorgpunten. Ook nu geeft 5% van de ondervraagden aan dit een groot probleem van het mbo te vinden. Hetzelfde geldt voor de aansluiting van het onderwijs op de praktijk: in 2007 gaf 5% dit aan als grootste zorgpunt, in 2008 maakt 7% zich hier zorgen over.
- ⌘ Ten opzichte van 2007 zijn er verder enkele opvallende 'nieuwkomers'. De zorg over de zelfstandigheid van de studenten (ze worden vaak te zelfstandig gelaten, 5%), de tijdsindeling zoals het lesrooster en teveel tussenuren, maar ook vroegtijdige schoolverlaters worden dit jaar opvallend vaak genoemd (allen 5%). Deze zorgpunten nemen de plaats in van de zorg over de kwaliteit van leraren, normen en waarden en veiligheid.

Hoger onderwijs

	Burgers over HO (%)
▪ Lerarentekort	11
▪ Kwaliteit leerkrachten (kundigheid leerkrachten, capabele leerkrachten)	10
▪ Bezuinigingen/te weinig geld voor onderwijs	7
▪ Aansluiting van het onderwijs (theorie) op de praktijk	6
▪ Kwaliteit van het onderwijs/leersysteem/niveau te laag	6

Figuur 8 - Grootste problemen waarmee het hoger onderwijs geconfronteerd wordt.

- ⌘ Het lerarentekort en de kwaliteit van leerkrachten zijn volgens de ondervraagde burgers de grootste problemen waarmee het hoger onderwijs geconfronteerd wordt (resp. 11% en 10%). Deze twee zorgpunten stonden vorig jaar ook in de lijst meest genoemde punten.
- ⌘ Verder geeft de burger aan dat bezuinigingen (7%), de aansluiting van het onderwijs op de praktijk en de kwaliteit van het onderwijs (beide 6%) problemen zijn waarmee het hoger onderwijs geconfronteerd wordt. Het punt bezuinigingen kwam in het rijtje van 2007 niet voor, de andere twee zorgpunten zagen we toen al wel.
- ⌘ Ten opzichte van 2007 zijn bezuinigingen als probleem voor het hoger onderwijs relatief vaak genoemd.

Almeerse Scholen Groep

De Almeerse Scholen Groep is een onderwijsbestuur dat bestaat uit drie stichtingen; stichting ASG, stichting ABVO Flevoland en stichting Entrada. Deze drie stichtingen beheren samen 52 basisscholen en acht scholen voor het voortgezet onderwijs. De Almeerse Scholen Groep levert maatwerk door diversiteit. De scholen bieden een brede basis en tegelijkertijd verschillende specialisaties per school, uiteenlopend van theater tot techniek. Zo kan de Almeerse Scholen Groep met ouders en kinderen een schoolloopbaan van basis- naar voortgezet onderwijs uitstippelen die het best bij het kind past.

Scholen

Voortgezet onderwijs

- ⌘ Arte College
- ⌘ Buitenhout College
- ⌘ Echnaton
- ⌘ Helen Parkhurst
- ⌘ De Meergronden
- ⌘ Montessori Lyceum Flevoland
- ⌘ Oostvaarders College
- ⌘ Praktijkonderwijs Almere

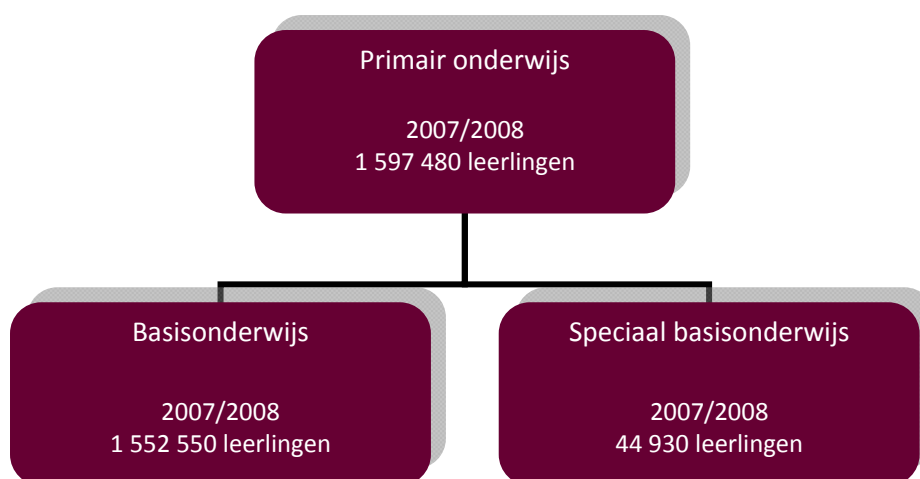
Basisscholen

- | | |
|----------------------|---------------------------------|
| 1. De @rchipel | 28. De Limerick |
| 2. De 1000poot | 29. De Manse |
| 3. De Achtbaan | 30. De Marionet |
| 4. De Albatros | 31. Het Meesterwerk |
| 5. Aurora | 32. Montessorischool Randstad |
| 6. Het Avontuur | 33. Montessorischool de Ruimte |
| 7. De Beestenboel | 34. Montessorischool de Trinoom |
| 8. De Bombardon | 35. Montessorischool Haven |
| 9. Bommelstein | 36. De Ontdekking |
| 10. De Bongerd | 37. Het Palet |
| 11. Boventoon | 38. De Peperbus |
| 12. Caleidoscoop | 39. De Piramide |
| 13. De Columbuschool | 40. De Polderhof |
| 14. De Compositie | 41. De Polygoon |
| 15. De Dubbeldekker | 42. Het Spectrum |
| 16. De Egelantier | 43. Syncope |
| 17. De Europaschool | 44. De Tjasker |
| 18. De Flevoschool | 45. De Torteltuif |
| 19. De Flierefluiter | 46. De Vedelaar |
| 20. De Hasselbraam | 47. De Waterhoek |
| 21. De Kaardebol | 48. De Waterlandschool |
| 22. De Kameleon | 49. De Watertuin |
| 23. De Klaverweide | 50. De Weerga |
| 24. 't Kofschip | 51. De Wierwinde |
| 25. De Kring | 52. De Zeetuif |
| 26. De Kruidenwijzer | 53. De Zevensprong |
| 27. Letterland | |

Leerlingen en studenten

Vanaf vijf jaar zijn kinderen leerplichtig. Echter gaan veel kinderen al naar school wanneer ze vier jaar oud zijn. Kinderen starten op het primair onderwijs. Het primair onderwijs bestaat uit het basisonderwijs en speciaal basisonderwijs⁴¹.

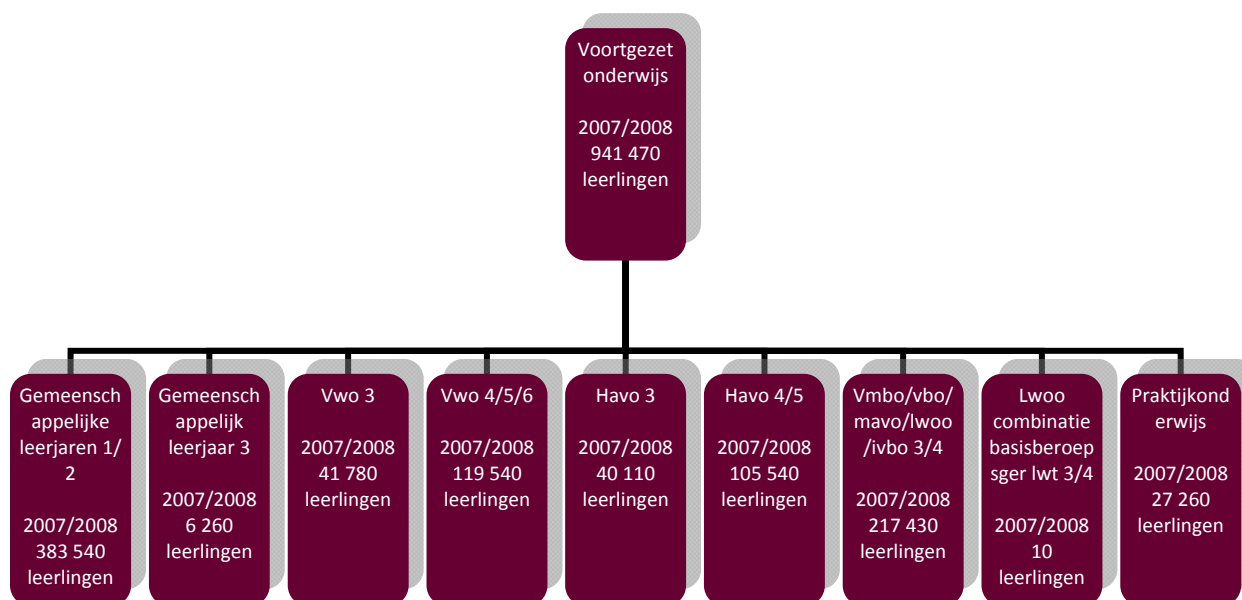
⁴¹ Bron: <http://www.cbs.nl>



Figuur 9 - Primair onderwijs

In 2007/2008 bezochten ruim 1,55 miljoen leerlingen het basisonderwijs, iets meer dan een jaar eerder. Hiertegenover staat een kleine afname van het aantal leerlingen in het speciaal basisonderwijs. In 2007/2008 telde deze onderwijssoort 45 duizend leerlingen.

Het primair onderwijs duurt over het algemeen acht jaar. Na deze acht jaar stromen de kinderen door naar het voortgezet onderwijs. Het voortgezet onderwijs bereidt scholieren voor op hun toekomstige plaats in de maatschappij. De lesstof in de onderbouw is, net als op het primair onderwijs, voor alle leerlingen grotendeels gelijk. Het voortgezet onderwijs is opgedeeld in het vmbo (voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs), havo (hoger algemeen voortgezet onderwijs) en vwo (voorbereidend wetenschappelijk onderwijs). Elke schoolsoort in het voortgezet onderwijs begint met basisvorming. Het vakkenpakket is hetzelfde. De duur van de basisvorming kan verschillen. In het vmbo kiezen leerlingen vervolgens een leerweg. Bijvoorbeeld bouwkunde of verzorging. In het havo en vwo kunnen ze in de zogenaamde tweede fase een profiel kiezen. Bijvoorbeeld 'economie en maatschappij' of 'natuur en techniek'.⁴²



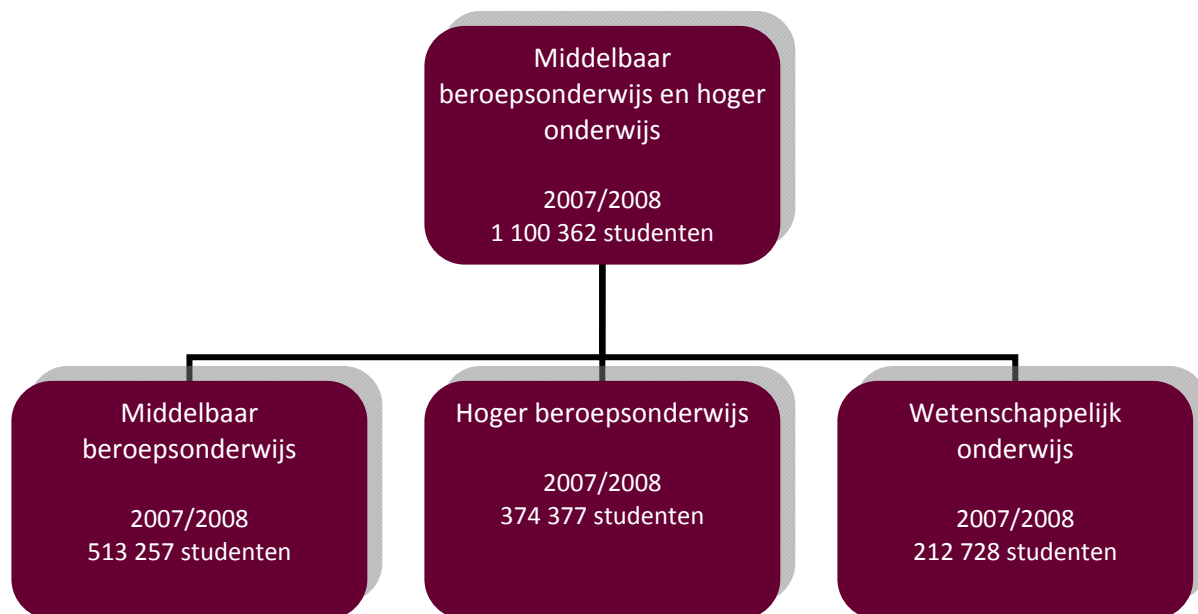
Figuur 10 - Voortgezet onderwijs

Het aantal leerlingen in het voortgezet onderwijs is in 2007/2008 voor het eerst in tien jaar gedaald. In totaal bevolkten ruim 941 duizend scholieren de klaslokalen, waaronder 128 duizend leerlingen die op extra zorg (lwoo en praktijkonderwijs) waren aangewezen. In 2006/2007 behaalden in het voortgezet onderwijs bijna 170 duizend leerlingen een diploma. Dat is 2 procent meer dan een jaar eerder.

⁴² Bron: <http://www.arbounie.nl>

De leerplicht geldt voor kinderen van 5 tot 18 jaar. Vanaf de eerste dag van de maand nadat een kind 5 jaar wordt tot het einde van het schooljaar waarin het 16 jaar is geworden is een kind leerplichtig. Direct na de leerplicht begint de kwalificatieplicht. Hier zit geen dag tussen. De kwalificatieplicht eindigt pas als een leerling een startkwalificatie heeft gehaald of 18 is geworden. Een startkwalificatie is een havo-, vwo- of mbo niveau 2 tot en met 4- diploma⁴³. Na het voortgezet onderwijs is er dus geen sprake meer van een leerplicht.

Na het behalen van een diploma op het voortgezet onderwijs kunnen jongeren doorstromen naar het middelbaar beroepsonderwijs (mbo) of het hoger onderwijs. Het hoger onderwijs bestaat uit hoger beroepsonderwijs (hbo) en wetenschappelijk onderwijs (wo).



Figuur 11 - Middelbaar beroepsonderwijs en hoger onderwijs

Middelbaar beroepsonderwijs

In het schooljaar 2007/2008 is het aantal deelnemers aan het middelbaar beroepsonderwijs toegenomen tot 513 duizend. In de beroepsopleidende leerweg (bol) zaten 351 duizend deelnemers. Dat is 1 procent minder dan in het jaar ervoor. De beroepsbegeleidende leerweg (bbl) telde 162 duizend deelnemers. Dat is 15 procent meer dan in het voorgaande jaar. In 2006/2007 behaalden in het middelbaar beroepsonderwijs 143 duizend leerlingen een diploma, 85 duizend in de bol en 44 duizend in de bbl. Daarnaast waren er 14 duizend geslaagden van wie de leerweg onbekend is. Zij volgden geen onderwijs in de bol of bbl, maar stonden alleen ingeschreven om examens te doen.

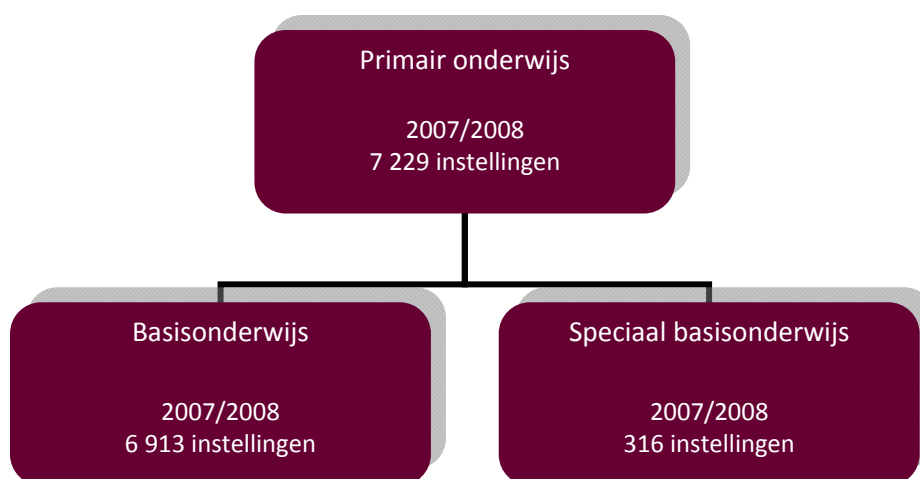
Hoger onderwijs

In 2007/2008 telde het hoger onderwijs 585 duizend studenten, 2 procent meer dan in het voorgaande studiejaar. In het hoger beroepsonderwijs stonden ruim 374 duizend studenten ingeschreven en in het wetenschappelijk onderwijs bijna 213 duizend studenten. Ruim 2 duizend studenten stonden zowel bij het hbo als het wo ingeschreven. In het studiejaar 2006/2007 studeerden bijna 60 duizend hbo'ers af voor het bachelordiploma en behaalden ruim 30 duizend studenten aan de universiteit hun doctoraal of master. Dit zijn de hoogste aantallen afgestudeerden ooit.

Onderwijsinstellingen

In 2007/2008 is in het basisonderwijs, het speciaal basisonderwijs en het voortgezet onderwijs het aantal door de overheid bekostigde instellingen verder afgenomen. Bij de overige onderwijssoorten is er geen of slechts een enkele instelling gefuseerd of gesloten.

⁴³ Bron: <http://www.leerplicht.net>



Figuur 12 - Instellingen primair onderwijs

In het schooljaar 2007/2008 waren er in ons land 6 913 basisscholen. Dat waren er 28 minder dan in het jaar ervoor. In de tweede helft van de jaren negentig van de vorige eeuw nam het aantal basisscholen nog met gemiddeld 70 scholen per jaar af. In 2007/2008 waren er bijna 106 duizend voltijdbanen (fte's) in het basisonderwijs. Dat is een fractie minder dan in 2006/2007. Ten opzichte van 2000/2001 is het aantal voltijdbanen (fte's) met ruim 15 procent gestegen. In dezelfde periode is het aantal leerlingen maar met 1 procent toegenomen.

In het schooljaar 2007/2008 hadden de basisscholen 7 075 vestigingen. Dit zijn er 33 minder dan in 2006/2007. In het basisonderwijs is de gemiddelde vestigingsgrootte de afgelopen twaalf jaar toegenomen van 199 naar 219 leerlingen. Dit betekent een groei van 10 procent. Het aantal vestigingen is afgenomen en het aantal leerlingen toegenomen. Doorgaans tellen de vestigingen in de grote steden meer leerlingen dan die in de kleinere gemeenten. Zo hadden vestigingen in de vier grote steden in 2007/2008 gemiddeld 276 leerlingen, tegenover 204 leerlingen op scholen in gemeenten met minder dan honderdduizend inwoners. Bij de vier grote steden liep de gemiddelde vestigingsgrootte in het basisonderwijs uiteen van 263 leerlingen in Utrecht tot 303 leerlingen in Den Haag.

In het schooljaar 2007/2008 waren er in Nederland 316 scholen voor speciaal basisonderwijs. Dat zijn er 4 minder dan in het jaar ervoor. Vóór de invoering van de Wet op het Primair Onderwijs in 1998 waren er nog ruim 500 scholen voor speciaal basisonderwijs. Afdelingen voor in hun ontwikkeling bedreigde kleuters, die toen nog aan scholen voor moeilijk lerende kinderen en kinderen met leer- en opvoedingsmoeilijkheden waren verbonden, zijn destijds namelijk als afzonderlijke scholen aangemerkt. In 2007/2008 was de werkgelegenheid in het speciaal basisonderwijs met 7,8 duizend voltijdbanen (fte's) iets lager dan in de drie voorafgaande jaren.

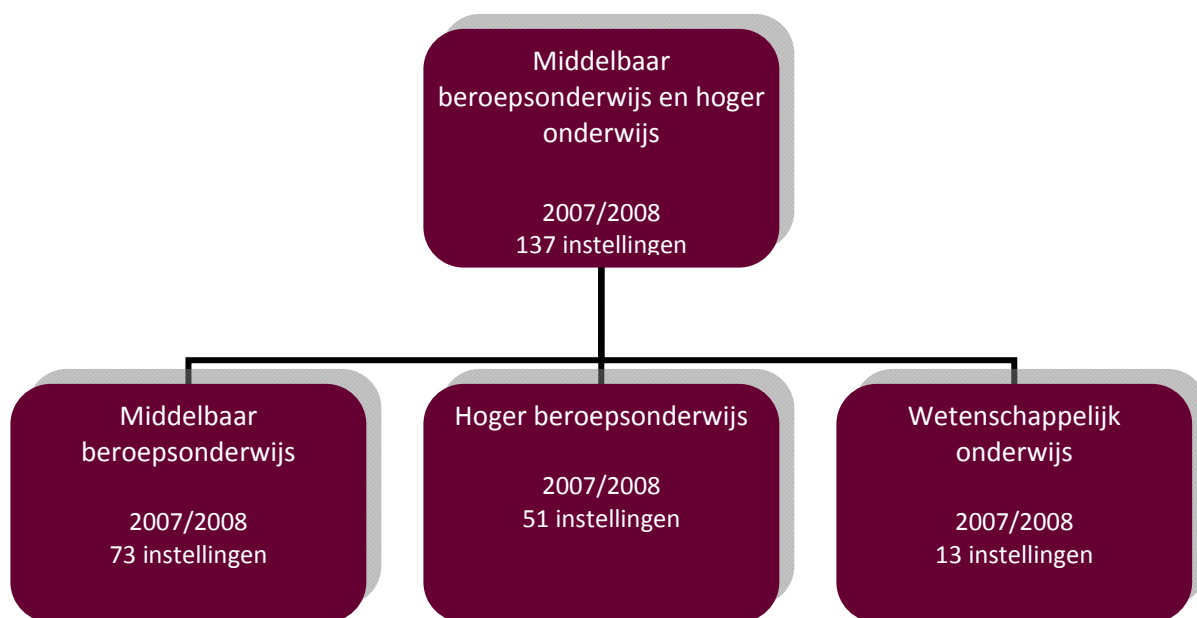
In het schooljaar 2007/2008 waren er 356 vestigingen voor speciaal basisonderwijs. Vergeleken met het voorgaande schooljaar zijn dat er 11 minder. De gemiddelde vestigingsgrootte bleef met 126 leerlingen ongewijzigd ten opzichte van het jaar ervoor. In de vier grote steden was de vestigingsgrootte met gemiddeld 97 leerlingen het kleinst. In de overige steden met meer dan honderdduizend inwoners was de gemiddelde vestigingsgrootte (145 leerlingen) het grootst.



Figuur 13 - Instellingen voortgezet onderwijs

In 2007/2008 waren er in ons land 658 scholen voor voortgezet onderwijs. Dat zijn er 5 minder dan het jaar ervoor. In de tweede helft van de jaren negentig verdwenen er onder andere door fusies gemiddeld nog bijna 50 scholen per jaar. De werkgelegenheid is in 2007/2008 opnieuw iets toegenomen. Omgerekend in voltijdbanen (fte's) werkten er toen bijna 86 duizend personen in het voortgezet onderwijs.

In 2007/2008 had een school in het voortgezet onderwijs gemiddeld 1 431 leerlingen. Ten opzichte van 1995/1996 is het aantal scholen met 40 procent afgenomen, terwijl het aantal leerlingen steeg. Het gemiddeld aantal leerlingen per school nam daardoor met 75 procent toe. In de grote steden tellen de scholen voor voortgezet onderwijs gemiddeld minder leerlingen dan die in de kleinere gemeenten. Zo telde in 2007/2008 een school voor voortgezet onderwijs in gemeenten met minder dan honderdduizend inwoners gemiddeld 1 508 leerlingen, tegenover 1 086 leerlingen in de vier grote steden en 1 442 leerlingen in de overige steden met meer dan honderdduizend inwoners. Bij de vier grote steden liep de gemiddelde schoolgrootte daarbij uiteen van 820 leerlingen in Utrecht tot 1 298 leerlingen in Rotterdam. Door een halvering van het aantal scholen voor voortgezet onderwijs is in Rotterdam het aantal leerlingen per school de afgelopen twaalf jaar zelfs bijna verdubbeld. In vergelijking met het vorig schooljaar is de gemiddelde schoolgrootte in drie van de vier grote steden (Amsterdam, Rotterdam en Utrecht) door een afname van het aantal leerlingen iets gedaald.



Figuur 14 - Instellingen middelbaar beroepsonderwijs en hoger onderwijs

In het schooljaar 2007/2008 telde het mbo 71 scholen voor de bol. Dat is evenveel als in het jaar ervoor. Vrijwel alle scholen boden ook de bbl aan. In de periode 2000–2004 is het aantal scholen waar mbo'ers de bol kunnen volgen geleidelijk aan afgenomen. Daarna zijn er weer drie bijgekomen. Het aantal scholen voor de bbl nam tot en met 2005/2006 af. Daarna is er 1 school bijgekomen. Ten

opzichte van het schooljaar 2000/2001 is de werkgelegenheid in het middelbaar beroepsonderwijs (inclusief educatie) met 15 procent toegenomen. Omgerekend in voltijdbanen (fte's) bood deze onderwijssoort in 2007/2008 aan ruim 38 duizend personen werk. Dat is meer dan in de voorgaande jaren.

In 2006/2007 waren er in ons land 64 door de overheid bekostigde instellingen voor hoger onderwijs: 51 hogescholen en 13 universiteiten. De Open Universiteit wordt ook door de overheid bekostigd, maar is in deze aantallen niet mee geteld. Vooral door fusies is het aantal hogescholen de afgelopen twaalf jaar sterk afgenomen. In 1995/1996 waren er nog 69 hogescholen. Omgerekend in voltijdbanen (fte's) bood het hoger onderwijs in 2006/2007 aan bijna 62 duizend personen werk. Tegenover een groei van het aantal voltijdbanen (fte's) in het hoger beroepsonderwijs, staat een verdere afname van de werkgelegenheid in het wetenschappelijk onderwijs⁴⁴.

Onderwijsvormen

In Nederland zijn de volgende onderwijsvormen te onderscheiden:

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| ⌘ Afstandsonderwijs | ⌘ Kees Boeke school |
| ⌘ Bijzonder onderwijs | ⌘ Leonardoschool |
| ⌘ Brede School | ⌘ Leven Lang Leren |
| ⌘ Competentiegericht leren | ⌘ Modulair onderwijs |
| ⌘ Deeltijd onderwijs | ⌘ Montessorionderwijs |
| ⌘ Ervaringsgericht onderwijs | ⌘ Oecumenisch onderwijs |
| ⌘ Explorintonderwijs | ⌘ Openbaar onderwijs |
| ⌘ Dalton onderwijs | ⌘ Privaatonderwijs |
| ⌘ Democratisch onderwijs | ⌘ Protestants onderwijs |
| ⌘ GISDO-onderwijs | ⌘ Staatsonderwijs |
| ⌘ Freinet school | ⌘ Sudbury School |
| ⌘ Iederwijs | ⌘ Volwasseneneducatie |
| ⌘ Jenaplanonderwijs | ⌘ Vrije school onderwijs |
| ⌘ Katholiek onderwijs | ⌘ Wereldschool |

Deze ondervormen zijn hieronder uiteengezet.

Afstandsonderwijs

Afstandsonderwijs is een vorm van onderwijs waarbij de studenten niet fysiek aanwezig zijn om onderwezen te worden. In plaats daarvan wordt er ongelijktijdig gecommuniceerd tussen leraar en leerling op tijden die zij zelf kiezen, bijvoorbeeld via e-mail. Een andere mogelijkheid is dat er via moderne middelen gelijktijdig wordt gecommuniceerd, bijvoorbeeld door middel van chatten. De Nederlandse onderwijsinspectie geeft als definitie van afstandsonderwijs: 'Onderwijs op afstand, schriftelijk onderwijs, met onder meer gebruikmaking van radio, televisie en computer. Bijvoorbeeld Open Universiteit.'

Bijzonder onderwijs

Het bijzonder onderwijs is een onderwijsorganisatievorm in Nederland die door anderen dan de overheid bestuurd wordt. Vaak is dit een stichting of een vereniging. Particulieren, maar ook kerkelijke instanties, beginnen veelal een stichting of vereniging voor bijzonder onderwijs om een bepaalde levensbeschouwelijke, bijvoorbeeld godsdienstige,

⁴⁴ Bron: Jaarboek onderwijs 2009

maatschappelijke of onderwijskundige, visie te kunnen vormgeven. Het bijzonder onderwijs kan dus onderverdeeld worden in confessioneel bijzonder onderwijs en algemeen bijzonder onderwijs. Van ouders wordt verwacht dat zij de visie en uitgangspunten van de school onderschrijven. Dit systeem is voor Nederland een uniek stelsel. Circa 60% van de scholen valt onder de noemer bijzonder onderwijs.

Het bijzonder onderwijs bestaat naast het openbaar onderwijs: onderwijs dat geacht wordt geen godsdienstige of anderszins levensbeschouwelijke achtergrond tot uitdrukking te laten komen. Bijzonder onderwijs wordt soms verward met speciaal onderwijs, onderwijs met speciale aandacht en voorzieningen voor leerlingen met leermoeilijkheden, zoals ziekte, handicaps.

Brede school

Een brede school is een samenhangend netwerk van toegankelijke en goede voorzieningen voor kinderen, jongeren en gezin, met de school als middelpunt. Inhoudelijke samenwerking tussen scholen en andere instellingen is hét kenmerk van brede scholen. Hoe die samenwerking vorm krijgt, met welke instellingen een school samenwerkt en met welk doel, is afhankelijk van lokale behoeften en omstandigheden. Brede scholen zijn er dus in vele soorten en maten. Ze zijn ook overal te vinden; de meeste staan nog in achterstandswijken in stedelijke gebieden, maar in sociaaleconomisch sterke wijken en op het platteland komen ook steeds vaker brede scholen voor. De meeste brede scholen zijn basisscholen.

Brede scholen spelen in op diverse ontwikkelingen in de samenleving, variërend van een groeiende behoefte aan dagarrangementen tot en met de roep om meer kansen voor kinderen in achterstandswijken en meer veiligheid in de wijk. Het doel kan dus nogal verschillen. Toch blijkt dat een drietal doelen voor ongeveer alle brede scholen geldt: de ontwikkelingskansen van kinderen vergroten, een doorgaande ontwikkelingslijn realiseren en een sluitend netwerk rond het kind creëren.

Het aanbod van een brede school kan per school verschillen, afhankelijk van de lokale behoeften. Mogelijke invullingen van de brede school zijn voorschoolse opvang voor 2- tot 4-jarigen, schoolmaatschappelijk werk, buitenschoolse opvang voor 4- tot 12-jarigen, een verlengde schooldag met bijvoorbeeld sportieve en kunsteducatieve activiteiten en tienerprojecten.

Competentiegericht leren

Competentiegericht leren is gericht op het vergroten van de persoonlijke vermogens. Daarom wordt uitgegaan van de vermogens waar iemand al over beschikt, de zogenaamde eerder verworven competenties. Met competentiegericht leren wordt er geprobeerd om de competenties die iemand al heeft en nieuwe competenties te ontwikkelen en te verbeteren.

Deeltijdonderwijs

Onderwijs dat 's avonds, overdag of 's avonds én overdag wordt gegeven en dat naar karakter en omvang is gericht op studenten van wie in het algemeen de voor werkzaamheden beschikbare tijd grotendeels in beslag wordt genomen door andere activiteiten dan onderwijsactiviteiten.

Ervaringsgericht onderwijs

Ervaringsgericht Onderwijs (Afkorting: E.G.O.) is een onderwijsconcept dat ontwikkeld is door Professor Ferre Laevers in Leuven. Ervaringsgericht Onderwijs richt zich op wat er in kinderen omgaat.

In Nederland zijn anno 2008 34 E.G.O.-scholen.

Het symbool van E.G.O. is een tempel met drie pilaren (ook wel pijlers genoemd):

- ⌘ Het vrije initiatief: Het vrije initiatief beoogt het verhogen van de betrokkenheid.

- ⌘ Milieuverrijking: Er wordt een klassen- en schoolomgeving gecreëerd met voor kinderen interessante en uitdagende materialen en activiteiten.
- ⌘ Ervaringsgerichte dialoog: De ervaringsgerichte dialoog helpt de leerkracht om een goede relatie met de kinderen op te bouwen en hen zo goed mogelijk te begrijpen en te begeleiden.

Explorintonderwijs

Explorintonderwijs is onderwijs dat is georganiseerd rond het kind. Explorint biedt passend onderwijs bij de mogelijkheden van het kind. Dat betekent dat de schoolorganisatie en daarmee de inrichting van het onderwijs als het ware 'om de kinderen heen' wordt gebouwd. Een dynamische organisatie, die kan meegroeien met veranderende wensen op het gebied van ontwikkelen, maatschappij en media.

Explorint past bij de huidige dynamiek van het leven en levert een bijdrage aan de huidige en nieuwe ontwikkelingsuitdagingen, met verschillen in ontwikkelen als middelpunt van de visie.

Met Explorint komt er ruimte voor de volle benutting van alle talenten, middels doorgaande lijnen per vak, ongeacht de leeftijd.

Daltononderwijs

Daltononderwijs is een onderwijssoort ontwikkeld door Helen Parkhurst (1887-1973). Zij was werkzaam aan een 'eenmansschool' in Dalton in de staat Massachusetts, waar ze werd geconfronteerd met het verschijnsel dat jeugdigen met grote verschillen in ontwikkeling de school bezochten.

Ze opende met financiële steun van de welgestelde familie Crane in New York City in 1919 'The Children's University School', die in 1920 de naam 'The Dalton School' kreeg, zo genoemd naar de woonplaats van haar geldschieters. Zij schafte het klassikaal onderricht grotendeels af. Daarnaast richtte ze vaklokalen in voor de verschillende schoolvakken. In de lokalen waren er voor leerlingen van verschillende niveau's of met verschillende taken, aparte hoeken. 's Ochtends konden leerlingen zelf kiezen aan welk vak zij werkten, 's middags waren er 'conferences', hoorcolleges, die wel klassikaal waren. Leerlingen mochten zelf kiezen of en welke 'conference' ze bezochten.

In Nederland werd het daltononderwijs voor het eerst toegepast in september 1926 op de Vijfde Hogere Burgerschool in Den Haag onder leiding van Dr. mr. W.A. Muller.

Democratisch onderwijs

Democratisch onderwijs verwijst naar scholen waar kinderen in meer of mindere mate zaken die de school aangaan mee kunnen bepalen. Volgende karakteristieken gelden:

- ⌘ Gelijke stem in de besluitvorming voor studenten en staf
- ⌘ Zelf geïnitieerd leren, waarbij de student zijn eigen dagelijkse activiteiten kiest
- ⌘ Gelijkwaardigheid tussen studenten en staf

GISDO-onderwijs

Gisdo staat voor Geïntegreerd Interactief Semi-Digitaal Onderwijs en is gebaseerd op de constructivistische visie en voegt daar een stuk samenwerkend leren en omgaan met ICT aan toe. De Gisdo-visie gaat uit van het idee dat kinderen zelf sturing kunnen geven aan het leren en goed kunnen samenwerken (sociaal-emotioneel aspect). Door de Gisdo-aanpak wordt aangesloten bij individuele interesses, leerstijlen en talenten. Dit in tegenstelling tot het klassikale systeem waar meestal rooster en methode richtsnoer zijn. Gisdo hanteert een open systeem waar de leraar naar de behoefte van leerlingen iedere dag onderwijsactiviteiten aanbiedt. De computer wordt daarbij continu als centraal hulpmiddel ingezet voor planning en uitvoering van onderwijs. De leraar is coach van het leerproces, uiteraard met instructiemomenten aan de groep of aan kleinere groepen leerlingen.

Freinetschool

Freinetonderwijs betreft een vorm van basisonderwijs volgens het gedachtegoed en de praktijk van de Franse onderwijzer en pedagoog Célestin Freinet (1896-1966).

Freinet ondervond in zijn dorpschooltje dat de (voornamelijk) arbeiderskinderen er ongemotiveerd in de schoolbanken zaten. De kinderen waren leergierig, maar toonden geen enkele interesse in de schoolboeken. Freinet ging daarom met ze op pad, liet ze verslagen maken (teksten, kranten) en liet ze levend, zinvol en handelend leren in coöperatief overleg. De school werd niet alleen een plaats waar leerstof werd aangeboden, maar vooral waar kennis en ontvoogding werden uitgedragen.

Freinetonderwijs gaat uit van de volgende principes:

- ⌘ Het onderwijs wordt opgebouwd op basis van datgene wat leeft bij de leerlingen. De kinderen hebben de wens zaken uit te zoeken, tonen initiatieven en laten die in de groep horen; gezamenlijk wordt daar onder begeleiding van de leerkracht een plan op gemaakt.
- ⌘ Het leerplan is gebaseerd op iets dat zinvol is om uit te zoeken. De kinderen zoeken niets voor niets uit. Zo zijn ook zaken die nodig zijn maar niet een einddoel vormen - zoals kunnen schrijven, kunnen spellen en een atlas kunnen hanteren - zinvol binnen de weg naar het doel. Het verhaal moet immers in de krant; de brief aan de burgemeester moet er goed uitzien en ik moet wel weten hoe ik moet fietsen.
- ⌘ Het leren gebeurt tastenderwijs. Door handelend te onderzoeken, zonder in de eerste plaats uitgelegd te krijgen hoe iets werkt, verwerft het kind echt inzicht.
- ⌘ Opvoeding tot democratie. Kinderen leren om samen op democratische basis hun groep/klas school te organiseren. Ze worden daardoor goed voorbereid op een democratische samenleving.

In Vlaanderen werken circa 61 scholen op deze manier. In Nederland zijn circa 16 Freinetscholen. Verschillende freinettechnieken worden op veel meer vernieuwingscholen toegepast.

Iederwijs

Iederwijs is een onderwijssysteem dat sinds enkele jaren op een aantal Nederlandse particuliere scholen wordt toegepast. Het is een voor Nederland nieuwe manier van omgaan met kinderen binnen schoolverband. Iederwijs is opgezet door leerkrachten. Zowel de mensen met een onderwijsbevoegdheid als mensen met andere ervaring met kinderen worden iederwijzers genoemd. De leerkrachten werden geïnspireerd door hun eigen ervaringen en de ervaringen van de "Sudbury Valley School" in de Verenigde Staten en de Pestalozzi-school in Ecuador. Daarnaast zijn zij op zoek naar hoe een school die past bij de huidige en toekomstige maatschappij, werkt en functioneert.

De belangrijkste kenmerken van Iederwijs zijn:

- ⌘ Kinderen kunnen leren wat ze willen, met wie ze het willen en op welk moment ze het willen.
- ⌘ De school bestaat uit één groep van alle leeftijden.
- ⌘ De school bestaat uit verschillende ruimtes, zoals een atelier, een computerhoek, een studiekamer, een keuken en de tuin. De inrichting van de school kan veranderen naar behoefte van de activiteiten.
- ⌘ De kinderen leren zelfstandig, van elkaar en van de begeleiders (iederwijzers).
- ⌘ Kinderen hebben een even grote stem als de volwassen begeleiders in de dagelijkse gang van zaken van de school. Er wordt gebruikgemaakt van het sociocratische besluitvormingsmodel.

Iederwijs is ontstaan vanuit het idee dat als je een ondersteunende omgeving biedt met mogelijkheden, kinderen dan hun eigen leerweg vormgeven. De begeleiders zoeken samen met de kinderen hoe dat onderwijs er uit ziet, steeds op zoek naar een situatie die voor iedereen goed is. De

verbinding met elkaar en het vertrouwen in elkaar moeten groeien in de praktijk. Het is een proces van groeiend persoonlijk inzicht en zelfbewustzijn. De innovatieve kracht is groot. Iederwijzers hebben de verantwoordelijkheid de kinderen te begeleiden en te volgen in hun leerproces. Dit gebeurt op verschillende manieren, in samenspraak met de kinderen en de ouders. Het beleid op schoolniveau wordt in de regel door de volwassenen gevoerd.

Jenaplanonderwijs

Jenaplanonderwijs is een vorm van vernieuwingsonderwijs. In de praktijk zijn de meest opvallende kenmerken van het Jenaplansysteem dat meerdere leerjaren gemengd worden in een klas, die vervolgens weer in verschillende klassen wordt gesplitst. Daarnaast is zelfstandigheid belangrijk in het Jenaplan-onderwijs. In het Jenaplanonderwijs staan kringen, viering, werken en spelen centraal. Naar opgave van de NJPV (Nederlandse Jenaplanvereniging) zijn er in Nederland ruim 220 Jenaplanbasisscholen en tien Jenaplan-middelbare scholen.

Katholiek onderwijs

Onder katholiek onderwijs verstaat dit reglement iedere vorm van onderwijs, die door of namens het bevoegd kerkelijk gezag wordt bestuurd of als zodanig is erkend.

Katholiek onderwijs streeft in overeenstemming met de leer van de Rooms Katholieke Kerk en geïnspireerd vanuit de katholieke gemeenschap naar:

- ⌘ een onderwijskundige inrichting, die rekening houdt met en recht doet aan de inspiratiebron van waaruit wordt gewerkt: de H. Schrift, de kerkelijke leer en traditie;
- ⌘ een pedagogisch klimaat, dat gebaseerd is op en ruimte geeft aan de normen en waarden die mede vanuit de inspiratiebron worden nagestreefd;
- ⌘ een zinvolle relatie van de onderwijsinstelling met de geloofsgemeenschap.

Dit Algemeen Reglement is niet van toepassing op de katholieke onderwijsinstellingen in het bisdom Roermond, de Katholieke Universiteit Nijmegen, de Katholieke Universiteit Brabant, de katholieke instellingen van wetenschappelijk theologisch onderwijs, de opleiding van priesters en diakens, voor welke instellingen afzonderlijke regelingen zijn vastgesteld en welke rechtstreeks onder het bevoegd kerkelijk gezag ressorteren.

Kees Boeke school

In 1934 verschijnt het boek "Kindergemeenschap". Kees Boeke beschrijft hierin zijn uitgangspunten, methoden en ervaringen. Vijftig jaar later vormt Kees Boeke nog steeds een inspiratiebron voor De Werkplaats Kindergemeenschap.

Boeke ontwikkelde geen pasklaar onderwijsmodel. In de loop van de jaren is er een integratie ontstaan van Boekes ideeën en nieuwe onderwijsontwikkelingen. Dat is vertaald in de vier pijlers, waarop het onderwijs op De Werkplaats nu rust:

- ⌘ Pedagogisch klimaat
- ⌘ Onderwijskwaliteit
- ⌘ Creativiteit
- ⌘ Natuur

Elk van deze pijlers is en blijft in ontwikkeling.

Kees Boeke zei: 'Onderwijs maak je iedere dag.' Hij vond dat een medewerker iedere dag weer opnieuw met volle overgave met zijn/haar werk moet bezig zijn.

Leonardoschool

Een Leonardoschool is een in 2007 opgestarte Nederlandse onderwijsvorm voor kinderen van 4 tot 12 jaar die hoogbegaafd zijn. Een kind wordt pas tot de hoogbegaafden gerekend als het een IQ van 130 of hoger heeft. Dit wordt gemeten met een IQ-test. In 2008 zijn er 9 Leonardoscholen.

De kinderen op een Leonardoschool krijgen leerstof aangeboden, die bij hun interesse en intelligentie past, zodat zij zich niet snel zullen vervelen. Zo wordt er al op heel jonge leeftijd een tweede taal aangeboden, Engels vanaf een leeftijd van 4 jaar en Spaans wordt gegeven aan kinderen vanaf 8 jaar. Daarnaast is er ook veel ruimte voor filosofie, informatica, wiskunde, Leren Leren en Leren Ondernemen en eigen inbreng van de kinderen. Ook krijgen ze les in bijvoorbeeld sociale vaardigheden, muziek, dans en denksporten zoals schaken en dammen. De school werkt samen met specialisten op deze gebieden. De lessen worden klassikaal gegeven, de leerlingen krijgen soms ook huiswerk mee.

De leerlingen krijgen allemaal een laptop met draadloos internet, die op school moet blijven. De laptop wordt gebruikt in Leonardotijd, in die tijd moeten de leerlingen werken aan een project.

Leven Lang Leren

Een Leven Lang Leren: de logische leus in een samenleving waar kennis in hoog tempo veroudert en vaardigheden steeds aan verandering onderhevig zijn. Om mee te draaien in de kenniseconomie is het belangrijk dat mensen de kans krijgen om zich voortdurend te blijven ontwikkelen.

Het Europese Leven Lang Leren programma heeft een looptijd van zeven jaar (2007-2013) en heeft een totale begroting voor deze periode van 6,97 miljard euro. Het algemene doel van het Leven Lang Leren programma is 'ertoe bij te dragen dat de Europese Gemeenschap door middel van een leven lang leren een geavanceerde kennismaatschappij met duurzame economische groei, meer en betere banen en een hechtere sociale samenhang wordt, die tegelijkertijd met het oog op de komende generaties voor een goede bescherming van het milieu zorgt. Het programma beoogt in het bijzonder de onderlinge uitwisseling, samenwerking en mobiliteit tussen de onderwijs- en opleidingsstelsels in de Gemeenschap te bevorderen, zodat deze tot een kwaliteitsreferentie op wereldniveau worden gemaakt'.

Modulair onderwijs

Modulair onderwijs is een organisatievorm in het onderwijs die afwijkt van het traditionele leerjaren-traject.

Bij modulair onderwijs wordt de leerstof opgedeeld in opleidingsonderdelen of modules, die afzonderlijk kunnen gevolgd worden, en waarvoor telkens een 'deel-attest' wordt uitgereikt. Wie alle modules van de opleiding met succes heeft doorlopen behaalt het diploma voor die opleiding. Daardoor wordt een soepeler leertraject mogelijk. Zo kan men bijvoorbeeld van bepaalde modules worden vrijgesteld, als die al in een vorige opleiding vervat zaten.

Montessorionderwijs

Montessorionderwijs is het onderwijs volgens de grondslagen van Maria Montessori.

De kern van het montessorionderwijs wordt meestal samengevat in de uitspraak: 'Help mij het zelf te doen'. Uitgangspunt is dat een kind een natuurlijke, noodzakelijke drang tot zelfontplooiing heeft. Opvoeding en onderwijs moeten onderkennen wat de behoeften van een kind op een gegeven moment zijn en daarop inspelen door de juiste omgeving en materialen te bieden. De leerlingen werken individueel of in kleine groepjes aan materiaal dat zij zelf aan het begin van de dag gekozen hebben. Dat materiaal is oorspronkelijk door Maria Montessori ontworpen. De leerkracht observeert de activiteiten van kinderen, om erachter te komen waar zij behoefte aan hebben, en reikt dan materiaal aan om in die behoefte te voorzien.

Oecumenisch onderwijs

Een oecumenische school baseert haar onderwijs op een interconfessionele grondslag. Dat wil zeggen dat het protestants-christelijk en het katholiek onderwijs participeren op basis van gelijkwaardigheid.

Zij gaat daarbij uit van de christelijke beginselen, met als richtsnoer de Bijbel.

Er wordt getracht vorm en inhoud te geven aan de oecumenische beginselen, dat wil zeggen dat respect hebben voor elkaar en voor elkaars geloofsopvatting erg belangrijk is en dat het accent wordt gelegd op de gemeenschappelijke religieuze beleving.

De normen en waarden worden ontleend aan de Bijbel en de inspiratie wordt ontleend aan de persoon en de boodschap van Christus. Daarmee wordt tot uiting gebracht dat het christen-zijn niet alleen inhoudt het geloven in het bestaan van God, maar dat het eveneens tot uiting moet komen in de levenshouding. Enkele aspecten van deze levenshouding zijn:

- ⌘ Respect voor de unieke waarde van ieder mens
- ⌘ Solidariteit
- ⌘ Recht doen aan belangen van anderen
- ⌘ Zorg voor de schepping
- ⌘ Vertrouwen in de toekomst

Openbaar onderwijs

Het openbaar onderwijs is een onderwijsvorm in Nederland die door de overheid wordt opgericht en onderhouden, zonder een bepaalde godsdienstige of anderszins levensbeschouwelijke richting als grondslag. Van ouders wordt verwacht dat zij de openbare visie en uitgangspunten van de school onderschrijven. In België heet dit het officieel onderwijs.

Naast het openbaar onderwijs bestaat in Nederland het bijzonder onderwijs: scholen die vanuit een bepaalde religieuze, levensbeschouwelijke of onderwijskundige stroming worden ingericht en sinds 1917 op dezelfde wijze als openbare scholen door de overheid worden bekostigd.

Privaatonderwijs

De term privaatonderwijs, particuliere school of privéonderwijs slaat op een vorm van onderwijs of scholing als overeenkomst (tegen betaling) tussen een onderwijsverstrekker (lesgever) en een onderwijszoekende.

Eigenlijk is privaatonderwijs dus een commercieel product. De student (of zijn ouders) betaalt een leraar of een instituut, en krijgt daar vorming, opleiding of scholing voor in de plaats.

Vanuit het standpunt van de onderwijsverstrekker is vaak winstbejag belangrijker dan pedagogische bekommernis. Dit neemt niet weg dat privaatonderwijs van hoge kwaliteit kan zijn. In de kunstwereld is het bijvoorbeeld wijdverspreide praktijk, naast een opleiding aan een conservatorium bijvoorbeeld, ook bij een bekend artiest lessen te volgen. De prijs, en wellicht ook de kwaliteit is doorgaans recht evenredig met de reputatie van de leraar.

Per definitie is privaatonderwijs ook niet erkend of gesubsidieerd door de overheid. De diploma's worden ook niet door het Ministerie van Onderwijs gevaloriseerd. Dat belet niet dat sommige diploma's van private scholen een goede reputatie kunnen hebben, en in artistieke, commerciële of industriële kringen hoog aangeschreven staan. In andere gevallen kan het gewoon oplichterij zijn, bij gebrek aan controle door het onderwijsministerie.

In Nederland wordt de term particuliere school vooral gebruikt voor het voortgezet onderwijs, maar er zijn inmiddels ook enkele particuliere basisscholen in Nederland. Inschrijvingsgelden liggen tussen de € 2.500 en € 24.000, afhankelijk van de school. Vrijwel alle Internationale scholen zijn particuliere scholen.

Protestants onderwijs

Het protestantse onderwijs houdt in dat men op protestantse wijze wordt opgevoed en dat alle tot de meeste leraren zelf ook protestants zijn. In het protestantse onderwijs begint men de dag meestal met een gebed, het zingen van liederen of psalmen, het onderwijs is sterk gebaseerd op protestants-christelijke gewoonten en tradities. Vandaag de dag zijn vele middelbare scholen nog steeds protestants, er zijn meestal wel 1 à 2 protestantse scholen in een dorp aanwezig, dit is echter afhankelijk van de ligging van het dorp. Zo zijn er in Nederland meer protestantse scholen en in België meer katholieke scholen.

Staatsonderwijs

Een overheidsschool of school voor staatsonderwijs is een school die door de overheid wordt bekostigd én ingericht. De overheid kan zowel de supranationale, nationale, regionale als plaatselijke overheid zijn. In Nederland noemt men de overheidsscholen openbaar onderwijs.

Sudbury School

Sudbury-onderwijs is een vorm van bijzonder onderwijs die is vernoemd naar de Sudbury Valley School die in 1968 werd opgericht in het Amerikaanse Framingham (Massachusetts). Het is een vorm van onderwijs waar kinderen vrij zijn om te doen wat ze willen binnen de democratisch opgestelde regels van de school. Er zijn dus geen opgelegde klassen, leerplannen, overhoringen. De kinderen zijn volledig verantwoordelijk voor hun eigen leren.

Op een Sudbury-school zijn leerlingen zelf volledig verantwoordelijk voor hun opleiding. De kinderen bepalen dus zelf wat, hoe, wanneer en met wie ze iets willen ondernemen. Leren is er een middel om doelen te bereiken. Het uitgangspunt is dat de meest waardevolle leerervaringen altijd diegene zijn die door de persoon zelf gekozen worden. Een Sudbury-school is in essentie een veilige en berekenbare omgeving waar studenten van verschillende leeftijden en uiteenlopende interesses hun individuele curriculum vormgeven. Leren is praktisch of theoretisch, individueel of sociaal, formeel of informeel, maar steeds doelgericht en vanuit een intrinsieke motivatie.

Sudbury-scholen hebben een sterke organisatorische structuur. De regels worden door studenten en stafleden op democratische wijze opgesteld - ieder lid van de school heeft één stem. Over veiligheid, begroting, stafaannames en diplomatoekenning wordt door de daarvoor aangestelde organen per meerderheid beslist. In 2008 zijn er 2 Sudbury-scholen in Nederland.

Volwasseneneducatie

Volwasseneneducatie is de verzamelnaam voor onderwijs dat aan volwassenen - dat wil zeggen niet-leerplichtigen - gegeven wordt.

Volwasseneneducatie was voor 1986 ondergebracht in het Sociaal-cultureel werk. Sinds 1 augustus 1986 zijn alle vormen van vormingswerk en basiseducatie ondergebracht in de koepelterm 'volwasseneneducatie'.

In 1996 zijn de instellingen los gemaakt van gemeente en welzijnsinstelling. Zij zijn ondergebracht in Regionale opleidingscentra (ROC's), die in Nederland verantwoordelijk zijn voor zowel MBO als volwasseneneducatie.

Zo'n 200.000 volwassenen maken jaarlijks gebruik van het volwassenenonderwijs aan de ROC's. De volwasseneneducatie is toegankelijk voor iedereen boven de 18 jaar. Via de Rutte-route (genoemd naar Mark Rutte die als staatssecretaris deze regeling heeft ingesteld) kunnen 16- en 17-jarigen ook terecht op het vavo. Met deze regeling blijft de leerling ingeschreven op zijn oude school. De scholen voor voortgezet onderwijs en de vavo-instellingen hebben daartoe samenwerkingsovereenkomsten gesloten.

De volwasseneneducatie kent vijf soorten opleidingen:

- ⌘ Opleidingen voortgezet algemeen volwassenenonderwijs (vavo)
Het voortgezet algemeen volwassenenonderwijs (vavo) zorgt ervoor dat mensen alsnog een diploma of deelcertificaat vmbo-theoretische leerweg, havo of vwo kunnen halen.
- ⌘ Opleidingen gericht op breed maatschappelijk functioneren
Dit zijn cursussen waarin de deelnemer vaardigheden leert om zelfstandig te kunnen functioneren in gangbare situaties, zoals contact met de basisschool en de gezondheidszorg. De vaardigheden die geleerd worden zijn bijvoorbeeld spreken, lezen, luisteren, rekenen.
- ⌘ Opleidingen gericht op sociale zelfredzaamheid
Doel van deze opleidingen is dat de deelnemers een minimaal niveau van zelfredzaamheid halen, bijvoorbeeld op het gebied van rekenen of sociale vaardigheden.
- ⌘ Nederlands als eerste taal (NT1)
Ruim één miljoen autochtone Nederlanders beheersen de Nederlandse taal onvoldoende. De opleidingen NT1 zijn bedoeld om de taalvaardigheid van autochtone Nederlanders op een zodanig niveau te brengen dat de deelnemer een landelijke eindtoets kan halen.
- ⌘ Nederlands als tweede taal (NT2)
Deze opleidingen zijn bedoeld om de taalvaardigheid van niet-Nederlanders te verbeteren. Een NT2-opleiding kan worden afgesloten met een staatsexamen.

Vrije school onderwijs

De vrije school (Nederland) of Steinerschool (Vlaanderen) is een school voor kleuteronderwijs-basisonderwijs (onderbouw) en voortgezet onderwijs/secundair onderwijs (bovenbouw), gebaseerd op de antroposofische opvattingen van Rudolf Steiner. In internationaal verband zijn de scholen ook bekend als Waldorf - scholen. De bovenbouw wordt nog onderverdeeld in de middenbouw en bovenbouw. De klassennummering loopt vanaf de eerste klas van de onderbouw door tot het laatste jaar van de bovenbouw. De onderbouw loopt van klas 1 (groep 3 op de 'reguliere' Nederlandse school of het eerste leerjaar basisonderwijs in een Vlaamse school) tot en met klas 6. Daarna gaat het kind naar de middenbouw (klas 7 en 8), bedoeld om het kind een veilige overgang te laten maken van onderbouw naar bovenbouw. Na de middenbouw volgt de bovenbouw met klas 9 tot en met klas 12. Het is in Nederland mogelijk op een vrije school een vmbo-t-diploma, een havo-diploma, of een vwo-diploma te halen, al wordt bij het behalen van een vmbo-t-diploma het vrijeschooltraject niet afgerond.

Veel vrije scholen hebben naast hun normale leerwegen een speciale (praktische of kunstzinnige leerweg) voor kinderen die langzaam leren. Nederland kent in 2008 95 vrije scholen.

Wereldschool

De Wereldschool is in 1948 opgericht door stichting IVIO (Instituut Voor Individueel Onderwijs) met als doel Nederlandse en Vlaamse kinderen in het buitenland te voorzien van onderwijs. Door middel van afstandseducatie werd en wordt het volledig basisonderwijs en de onderbouw van het voortgezet onderwijs aangeboden. Voor het vak Nederlands kan men tot en met de examenjaren voor havo en vwo Nederlands doen.

In het basisonderwijs (lager onderwijs in België) geeft de ouder of een andere Nederlandstalige volwassenen les aan het kind met behulp van door de Wereldschool ontwikkelde handleidingen. Op afstand worden ouder en kind begeleid door een leerkracht vanuit Nederland. In het voortgezet onderwijs (secundair onderwijs in België) worden de leerlingen rechtstreeks door docenten vanuit Nederland begeleid en hebben de ouders een coachende rol.

In toenemende mate wordt ook gebruik gemaakt van de Wereldschool door gezinnen die een half of heel jaar sabbatsverlof nemen en op deze wijze toch het onderwijs kunnen continueren. Ook kinderen die in Nederland om uiteenlopende redenen niet naar school gaan doen een beroep op de Wereldschool.

De Wereldschool staat onder toezicht van de Onderwijsinspectie en werkt samen met stichting Nederlands Onderwijs in het Buitenland, stichting NOB. In 2005 maakten 160 kinderen gebruik van de wereldschool.

De Wereldschool biedt voortgezet onderwijs in alle vakken voor de onderbouw en alleen Nederlands voor de bovenbouw van havo en vwo. Via het LOI of de NTI kan ook de bovenbouw vmbo, havo en vwo in het buitenland worden gevolgd.

Leerlingen die op een internationale school zitten, kunnen via de Wereldschool ook het IB Nederlands volgen.

Het is een particuliere school. De kosten per jaar zijn in het basisonderwijs ongeveer 2500 euro per jaar en in het voortgezet onderwijs ongeveer 5000 euro per jaar⁴⁵.

Onderwijskwaliteit

Nederlanders maken zich zorgen over de kwaliteit van het onderwijs en van de leraren. Dit blijkt uit de jaarlijkse 'onderwijsmeter'⁴⁶. De Onderwijsmeter 2008 geeft antwoord op de vraag: Wat vindt de Nederlandse burger en ouder van het onderwijs? Resultaten van de Onderwijsmeter 2008 worden in een breder perspectief geplaatst. Er wordt ook teruggeblikt op de afgelopen jaren, zoals bijvoorbeeld naar de kwaliteitsoordelen van leraren en sectoren. Een aantal van deze aspecten worden hieronder besproken.

Rapportcijfers kwaliteit onderwijs

	PO	VO	VMBO	MBO	HBO	WO
2008	6,6	6,3	5,9	6,3	6,6	6,8

Tabel 7 - Rapportcijfers kwaliteit onderwijs⁴⁷

Ten opzichte van de vorige meting⁴⁸ is alleen het rapportcijfer voor de kwaliteit van het hbo significant gestegen, van een 6,3 naar een 6,6. Overige rapportcijfers zijn allen vergelijkbaar met vorig jaar.

Basisonderwijs

De beoordeling van de kwaliteit van het basisonderwijs is met een 6,6 vergelijkbaar met de periode 2004-2007. In 2003 werd de kwaliteit met een 6,8 iets hoger beoordeeld.

Voortgezet onderwijs

In 2003 werd de kwaliteit van het voortgezet onderwijs beoordeeld met een 6,5. De daarop volgende jaren werd steeds een iets lager cijfer gegeven waardoor er sprake leek van een dalende trend (van 6,5 in 2003 naar 6,2 in 2007). De dalende trend is in 2008 niet doorgezet, men geeft nu gemiddeld een 6,3.

⁴⁵ Bron: <http://www.wikipedia.nl>

⁴⁶ Bron: <http://www.minowc.nl>

⁴⁷ Bron: onderwijsmeter 2008.

⁴⁸ Bron: onderwijsmeter 2007.

Vorbereidend middelbaar beroepsonderwijs

De kwaliteit van het vorbereidend middelbaar beroepsonderwijs wordt met een 5,9 hetzelfde beoordeeld als in 2007 (5,8, niet significant). In 2006 werd gemiddeld een 6,1 als rapportcijfer gegeven. Net als in voorgaande jaren krijgt het vmbo het laagste rapportcijfer van alle onderwijstypen.

Middelbaar beroepsonderwijs

Burgers beoordelen de kwaliteit van het middelbaar beroepsonderwijs met een 6,3. Dit is gelijk aan de cijfers die men in 2005 en 2006 gaf. In 2007 gaf men gemiddeld een 6,1 (niet significant verschillend van 2008). In 2004 was het gemiddelde rapportcijfer voor dit onderwijstype een 6,4.

Hoger beroepsonderwijs

Het hoger beroepsonderwijs krijgt in 2008 een 6,6. Dit is significant hoger dan de 6,3 van 2007. In 2006 gaf men een 6,5, de twee jaren daarvoor kreeg het hbo net als in 2008 een 6,6.

Wetenschappelijk onderwijs

Het hoogste cijfer wordt dit jaar gegeven aan het wetenschappelijk onderwijs. De beoordeling van de kwaliteit van het wetenschappelijk onderwijs verschilt met een 6,8 nauwelijks van 2006 en 2005 toen er gemiddeld een 6,7 werd gegeven.

Rapportcijfers kwaliteit leraren

	PO	VO	VMBO	MBO	HBO	WO
2008	6,6	6,4	6,2	6,4	6,5	6,7

Tabel 8 - Rapportcijfers kwaliteit leraren

Ten opzichte van de vorige meting is alleen het rapportcijfer voor de kwaliteit van leraren in het voortgezet onderwijs significant gestegen, van een 6,2 naar een 6,4. Overige rapportcijfers zijn statistisch gezien allen vergelijkbaar met vorig jaar.

Basisonderwijs

Leraren in het basisonderwijs worden net als in 2007 beoordeeld met een 6,6. In 2006 werd een 6,7 gegeven (verschil is niet significant). In 2003 gaf men voor het laatst een hoger cijfer, een 6,8.

Voortgezet onderwijs

Het gemiddelde cijfer voor de kwaliteit van leraren in het voortgezet onderwijs is in 2008 met een 6,4 significant hoger dan de 6,2 van 2007. Het cijfer is daarmee weer op het niveau van 2006 (6,5) en 2003 (6,4).

Vorbereidend middelbaar beroepsonderwijs

Tussen 2006 en 2007 daalde het cijfer voor de kwaliteit van leraren in het vmbo significant van een 6,5 naar een 6,1. In 2008 geeft men gemiddeld een 6,2 en is het cijfer daarmee niet nog verder gedaald.

Middelbaar beroepsonderwijs

Leraren in het middelbaar beroepsonderwijs krijgen een 6,4 als gemiddeld rapportcijfer. In 2007 gaf men gemiddeld een 6,3, en in 2006 en 2005 was het cijfer een 6,5 (allen niet significant).

Hoger beroepsonderwijs

Leraren in het hbo krijgen gemiddeld een 6,5. Het rapportcijfer dat burgers in 2007 gaven was met een 6,2 gedaald ten opzichte van de 6,6 in 2006 en 2005. Het cijfer lijkt weer terug op het niveau van voor 2007.

Wetenschappelijk onderwijs

Docenten in het wetenschappelijk onderwijs krijgen een 6,7, evenals in 2005. In 2007 en 2006 gaf men deze docenten gemiddeld een 6,6. De verschillen zijn niet significant.

Succesfactoren in het onderwijs

Hieronder wordt besproken wat volgens burgers goed gaat in het onderwijs. Dit is gevraagd door middel van de open vraag "Wat gaat volgens u momenteel goed in het basisonderwijs/voortgezet onderwijs/middelbaar beroepsonderwijs/hoger onderwijs?".

Basisonderwijs

	Burgers over PO (%)
▪ Persoonlijke/individuele begeleiding (o.a. persoonlijke omstandigheden, vorderingen, afgestemd op het individu)	10
▪ Vaardigheden (zelfstandigheid, je kunnen uiten, zelfontplooiën, sociale vaardigheden, dingen kunnen opzoeken, etc.)	8
▪ Vakinhoud (vakkenpakket, ICT, gym enz.)	7
▪ Lesmethoden zijn goed ontwikkeld/leersysteem/manier van leren	5
▪ Omgang met leerlingen met leerproblemen en achterstanden	5

Figuur 15 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het basisonderwijs.

- ⌘ De meest genoemde succesfactor in het basisonderwijs is de individuele aandacht en begeleiding (10%). Het aanleren van vaardigheden zoals zelfstandigheid en je kunnen uiten, staat op de tweede plaats (8%).
- ⌘ Vakinhoud (7%), goed ontwikkelde lesmethoden en omgang met achterstandsleerlingen (beide 5%) vullen de top 5 aan.
- ⌘ De twee belangrijkste succesfactoren (individuele aandacht en vaardigheden) staan al jaren bovenaan dit lijstje succesfactoren in het primair onderwijs.
- ⌘ Ten opzichte van vorig jaar wordt de omgang met leerlingen met achterstanden en leerproblemen relatief vaak genoemd als succesfactor in het primair onderwijs.

Voortgezet onderwijs

	Burgers over VO (%)
▪ Vaardigheden (zelfstandigheid, je kunnen uiten, zelfontplooiën, sociale vaardigheden, dingen kunnen opzoeken, etc.)	8
▪ Opleidingsaanbod (kunnen kiezen tussen verschillende scholen)	8
▪ Vakinhoud (vakkenpakket, ICT, gym enz.)	5
▪ Lesmethodes zijn goed ontwikkeld/leersysteem/manier van leren	4
▪ Persoonlijke/individuele begeleiding (o.a. persoonlijke omstandigheden, vorderingen, afgestemd op het individu)	4

Figuur 16 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het voortgezet onderwijs.

- ⌘ Het aanleren van vaardigheden en het opleidingsaanbod worden het vaakst genoemd als succesfactor in het voortgezet onderwijs (beide 8%).
- ⌘ Net als bij het primair onderwijs volgt vakinhoud op de derde plaats (5%). Goed ontwikkelde lesmethodes en individuele aandacht en begeleiding vullen de top 5 aan (beide 4%).
- ⌘ De meest genoemde succesfactor, vaardigheden, werd ook in 2007 en 2006 het meest genoemd.
- ⌘ Ten opzichte van de top 5 in 2007 zijn er enkele wijzigingen. Dit jaar staan vakinhoud en goed ontwikkelde lesmethodes in de top 5 van meest genoemde succesfactoren in het voortgezet onderwijs. Deze twee factoren hebben praktijkgerichtheid en kwaliteit van leerkrachten uit de top 5 verdrongen.
- ⌘ Door de jaren heen komt het aanleren van vaardigheden steeds terug als belangrijke succesfactor. De factor individuele aandacht en begeleiding werd voorheen als de belangrijkste succesfactor beschouwd in het voortgezet onderwijs (net als in het basisonderwijs), maar lijkt minder belangrijk te worden.

Middelbaars beroepsonderwijs

	Burgers over MBO (%)
▪ Praktijkgerichtheid/vorming (stages, aandacht voor ambachtelijke vaardigheden, aansluiting arbeidsmarkt)	13
▪ Vaardigheden (zelfstandigheid, je kunnen uiten, zelfontplooiën, sociale vaardigheden, dingen kunnen opzoeken, etc.)	6
▪ Opleidingsaanbod (kunnen kiezen tussen verschillende scholen)	5
▪ Persoonlijke/individuele begeleiding (o.a. persoonlijke omstandigheden, vorderingen, afgestemd op het individu)	4
▪ Lesmethodes zijn goed ontwikkeld/leersysteem/manier van leren	4

Figuur 17 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het middelbaar beroepsonderwijs.

- ⌘ Over het algemeen liggen de percentages in de top 5 van meest genoemde succesfactoren hoger dan in 2007.
- ⌘ 13% van de ondervraagden noemt spontaan de praktijkgerichtheid van het middelbaar beroepsonderwijs als succesfactor. Praktijkgerichtheid staat net als de voorgaande jaren op de eerste plaats.
- ⌘ Met 6% volgt het aanleren van vaardigheden op de tweede plaats. Het opleidingsaanbod, individuele aandacht en begeleiding en goed ontwikkelde lesmethodes volgen daarna.
- ⌘ Ten opzichte van 2007 zijn er enkele opvallende verschillen. Plezier, kwaliteit van leerkrachten en toegankelijkheid van het onderwijs voor iedereen komen niet voor in de top 5 van meest genoemde succesfactoren. Daarentegen worden de individuele aandacht en begeleiding en de goed ontwikkelde lesmethodes dermate vaak genoemd dat ze in deze top 5 voorkomen.
- ⌘ Door de jaren heen zien we dat de praktijkgerichtheid als succesfactor wordt gezien. Het opleidingsaanbod lijkt iets minder naar voren te komen.

Hoger onderwijs

	Burgers over HO (%)
▪ Kwaliteit van het onderwijs/ goede kwaliteit	7
▪ Vaardigheden (zelfstandigheid, je kunnen uiten, zelfontplooiën, sociale vaardigheden, dingen kunnen opzoeken, etc.)	6
▪ Lesmethodes zijn goed ontwikkeld/leersysteem/manier van leren	6
▪ Vrijheid voor onderwijs: toegankelijkheid van het onderwijs	6
▪ Opleidingsaanbod (kunnen kiezen tussen verschillende scholen)	5
▪ Praktijkgerichtheid/vorming (stages, aandacht voor ambachtelijke vaardigheden, aansluiting arbeidsmarkt)	5

Figuur 18 - Wat er volgens de burgers goed gaat in het hoger onderwijs.

- ⌘ De kwaliteit van het hoger onderwijs wordt het vaakst genoemd als succesfactor van dit type onderwijs (7%). Vaardigheden, lesmethodes en toegankelijkheid van het onderwijs delen de tweede plaats; 6% van de ondervraagden noemde een van deze factoren als succesfactor van het hoger onderwijs.
- ⌘ Het opleidingsaanbod en praktijkgerichtheid worden door 5% van de ondervraagden genoemd als succesfactor van het hoger onderwijs.
- ⌘ Ten opzichte van 2007 zijn lesmethodes en vrijheid van onderwijs nieuw in de top 5.

- Als we kijken naar de voorgaande jaren zien we dat met name het aanleren van vaardigheden steeds als belangrijke succesfactor worden beschouwd. Het opleidingsaanbod kwam voorheen sterker naar voren dat dit jaar.

Naast de succesfactoren in het onderwijs zijn er ook een aantal knelpunten in het onderwijs die door de Nederlandse burgers zijn aangegeven. Deze knelpunten worden in de volgende paragraaf behandeld.

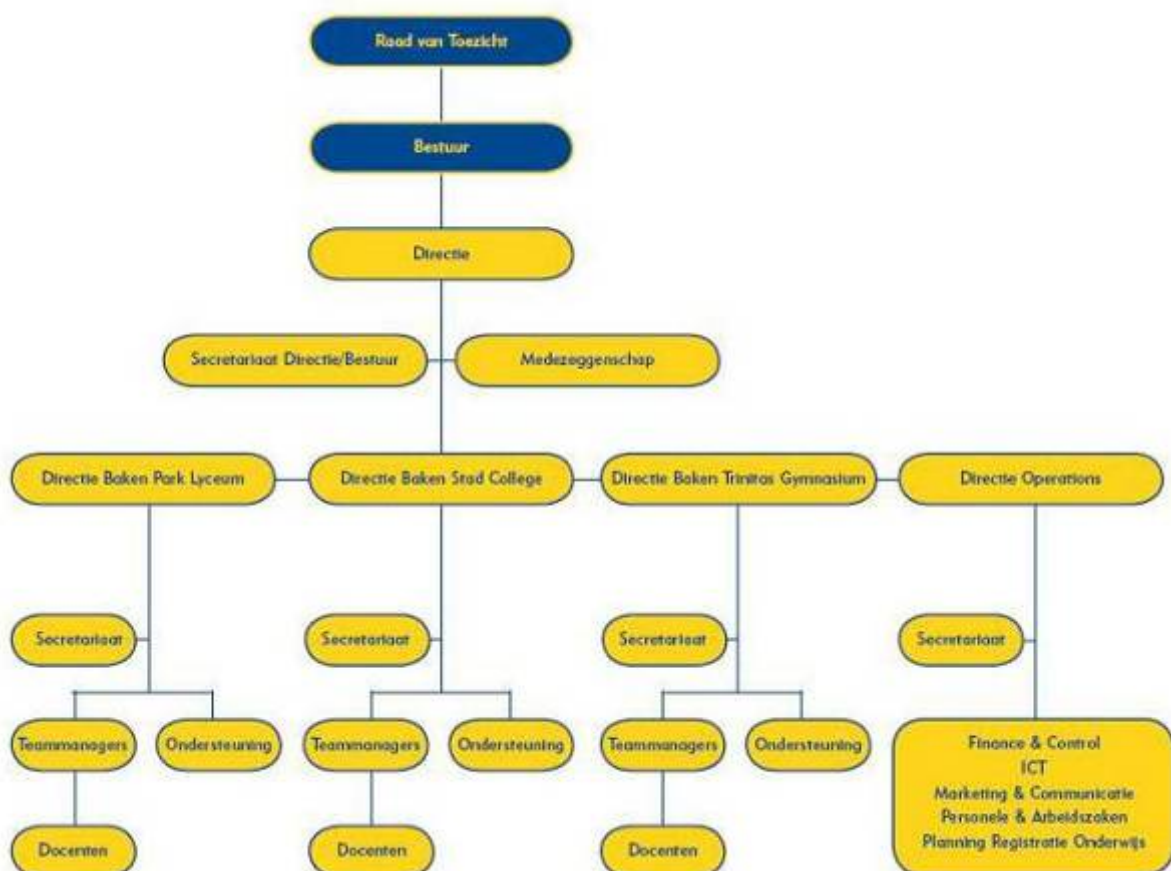
Soortgelijke organisaties

Het Baken

Organisatie

Bij Het Baken is een school voor oecumenisch voortgezet onderwijs te Almere en is onderdeel van de Amarantis Onderwijsgroep, gevestigd te Amsterdam. Het Baken telt ruim 3500 leerlingen en 415 medewerkers. Het Baken biedt onderwijs in drie gebouwen, elk met een eigen sfeer en kleinschaligheid. Naast leren staat op Het Baken het stimuleren van eigen initiatief centraal, maar ook het maken van nieuwe vrienden, ontwikkeling van de leerlingen en vooral ontdekken waar de mogelijkheden voor talenten liggen. Respect, ruimte voor talent, europeanisering en internationalisering staan centraal. Tevens heeft de school een samenwerkingsverband met International School Almere en ROC ASA in Almere.

Organogram



Figuur 19 – Organogram Het Baken

Identiteit

De identiteit van de school komt tot uiting in de lessen levensbeschouwing, de vieringen en de bezinningsmomenten. Daarnaast zijn in de dagelijkse praktijk van de school een aantal elementen belangrijk die direct met de identiteit verbonden zijn: betrouwbaarheid, eisen stellen en coaching van leerlingen. Dit echter altijd vanuit liefde voor en de betrokkenheid bij onze leerlingen.

Missie

De missie van Het Baken bestaat uit een vijftal geformuleerde uitspraken die aangeven waar de school voor staat:

1. Het stimuleren en ontwikkelen van talent;
2. Onderwijskundig willen we vernieuwend zijn en blijven;
3. Zorgzaamheid en aandacht zijn kernbegrippen in ons werk en in onze omgang met elkaar;
4. Oecumene (christelijke grondslag) heeft een duidelijke plaats op onze scholen. Dit betekent dat zowel in het onderwijsaanbod als in vieringen het christelijk karakter duidelijk zichtbaar is;
5. Kwalitatief goed onderwijs leveren, door onze leerlingen zeer goede resultaten te laten halen in het onderwijsleerproces.

Deze uitspraken zijn door het Baken als volgt vertaalt naar de dagelijkse schoolpraktijk:

1. Stimuleren en ontwikkelen van talent

Het Baken werkt niet alleen aan het bereiken van resultaten die op de leerstof zijn gericht. Naast het leren en behalen van goede examenresultaten vindt Het Baken het belangrijk om bij te dragen aan de persoonlijke ontwikkeling van onze leerlingen. In het leerplan en in de begeleiding besteedt Het Baken veel aandacht aan zelfstandigheid, vaardigheidsontwikkeling en het kunnen werken en samenleven met anderen.

2. Onderwijskundig vernieuwend

Het Baken heeft een relatief jong team dat werkt vanuit een grote betrokkenheid bij de leerlingen aan wie zij lesgeeft. Betrokkenheid alleen is niet genoeg. Regelmatig laat het team zich scholen om inhoudelijk bij te blijven en om vorm te kunnen geven aan de veranderingen die voortkomen uit de onderwijsvernieuwingen van bijvoorbeeld de Tweede Fase en het vmbo.

3. Zorgzaamheid en aandacht

Het Baken werkt samen met de ouders aan leren en opvoeding. Om met de eigen mogelijkheden en barrières van de leerling om te gaan is een goede begeleiding van de leerlingen noodzakelijk. Het vraagt dat Het Baken leerlingen serieus nemen, dat er goed naar ze geluisterd wordt en dat het Baken die hulp of coaching geeft aan leerlingen die dat nodig hebben.

4. De oecumenische school

De oecumenische identiteit is in de eerste plaats zichtbaar in de aanpak: mensen werken samen en laten zich inspireren vanuit een christelijke levensovertuiging. Het Baken ziet het als hun taak jonge mensen op te leiden en te begeleiden naar volwassenheid op basis van de overtuiging dat vorming van hoofd, hart en handen mensen compleet maakt.

Ook wordt aangegeven op welke wijze mensen keuzes maken en welke invloed dat heeft op hun leven, op hun plaats in de samenleving en op de samenleving zelf. In de dagelijkse schoolpraktijk komen de eigen keuzes van de leerlingen ook ter sprake in een deel van de mentorlessen. Het Baken noemen deze lessen 'het bezinningsmoment'. Maar ook in allerlei andere situaties komen vragen op dit gebied aan de orde. Er wordt naar gestreefd dat de leerlingen eigen keuzes kunnen maken en dat ze voor hun eigen overtuiging durven staan. liefde of rouwverwerking worden door de leerlingen met elkaar besproken.

5. Kwalitatief goed onderwijs

Al jaren behalen de leerlingen van Het Baken uitstekende resultaten voor het eindexamen. Bij het verlaten van de school zijn de leerlingen toegerust voor vervolgonderwijs of het beroepsleven, voor persoonlijk welbevinden en voor deelname aan het maatschappelijk leven. Kwaliteit staat op Het Baken centraal. Dit wordt gedaan door goed onderwijs te geven, leerlingen te leren zelfstandig te werken en te leren verantwoordelijk te zijn voor hun eigen werk.

Scholen

Het Baken heeft drie vestigingen. Op het Baken Park Lyceum, gevestigd in de Filmwijk, kunnen aankomende leerlingen terecht voor een havo- of atheneumopleiding.

Op het Baken Stad College, aan de rand van het centrum, kunnen aankomende leerlingen kiezen uit verschillende vmbo-opleidingen. Op Baken Trinitas Gymnasium, aan de rand van Literatuurwijk en Stedenwijk, kunnen aankomende leerlingen terecht voor een gymnasiumopleiding.

De International School Almere maakt ook onderdeel uit van Het Baken en is gevestigd in hetzelfde gebouw als dat van Baken Trinitas Gymnasium.

Onderwijsstichting Movare

Organisatie

Onderwijsstichting MOVARE is het bevoegd gezag van 60 scholen in de gemeenten Brunssum, Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Nuth, Onderbanken, Simpelveld, Sittard-Geleen, Stein en Vaals. Dit zijn 56 'reguliere' basisscholen, 3 basisscholen voor speciaal onderwijs en 1 school voor speciaal onderwijs, met in totaal 14.000 leerlingen en 1.400 medewerkers. MOVARE kent katholiek, oecumenisch, protestants-christelijk, algemeen bijzonder en openbaar onderwijs.

Missie

MOVARE werkt vanuit de missie 'Onderwijs op maat voor elk kind met aandacht voor autonomie en authenticiteit van elk mens in een respectvolle omgang met elkaar en de wereld waarin wij leven met het oog op de leefbaarheid van de maatschappij van morgen'. Alle medewerkers geven hun activiteiten zodanig gestalte dat zij de kwaliteit van het onderwijs ten goede komen. Op deze manier leveren zij goed onderwijs voor de kinderen.

Organisatiestructuur

MOVARE kent het Raad van Toezichtmodel met een statutair onderscheiden College van Bestuur en Raad van Toezicht. De scholen zijn verdeeld over vier regio's, die worden aangestuurd door een regiomanager. Deze is de direct leidinggevende van de schooldirecteuren. Het bestuursbureau verricht ondersteunende diensten voor de diverse geledingen binnen de stichting.

Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht houdt toezicht op het beleid van het College van Bestuur, gericht op de verwezenlijking van de doelstelling van de stichting en de algemene gang van zaken. Zij treedt op als formele werkgever van de leden van het College van Bestuur en heeft oog voor maatschappelijke ontwikkelingen en de belangen van iedereen die bij het primair onderwijs is betrokken. Haar werkzaamheden liggen vast in een reglement. De Raad bestaat uit tenminste vijf en ten hoogste zeven personen en legt publiekelijk verantwoording af over het door haar uitgevoerde toezicht.

College van Bestuur

Het College van Bestuur (CvB) is belast met het besturen van de stichting en vertegenwoordigt de stichting in en buiten rechte. Zij legt haar werkzaamheden vast in een bestuursreglement. Het College treedt op als werkgever voor alle medewerkers in dienst van MOVARE en geeft direct leiding aan de leden van het regiomanagement en de medewerkers van het bestuursbureau.

Statutair telt het CvB één en ten hoogste drie leden, waarvan één de functie van voorzitter heeft; benoeming geschiedt door de Raad van Toezicht.

§ Regiomanagement

Het regiomanagement wordt gevormd door vier regiodirecteuren. Elke regiodirecteur is verantwoordelijk voor de directe leiding en aansturing van de schooldirecteuren binnen een bepaalde regio en is daarbij verantwoording verschuldigd aan het College van Bestuur. De regiodirecteur heeft de hoogste managementfunctie binnen de organisatie, geeft sturing aan de vernieuwing van het onderwijskundig beleid en levert een actieve bijdrage aan de verdere ontwikkeling van de strategische doelen van de stichting.

§ Het bestuursbureau

Het bestuursbureau ondersteunt het College van Bestuur, het regiomanagement, de schooldirecties en de andere geledingen binnen de stichting. Daarbij vormt het ontwikkelen en uitvoeren van beleid met betrekking tot de diverse beleidsterreinen van de stichting de hoofdtak. De bedrijfsvoering van het bestuursbureau valt onder de verantwoordelijkheid van de voorzitter van het College van Bestuur. Het bestuursbureau bestaat uit de volgende diensten en afdelingen:

- o Secretariaat
- o Stafdiensten
- o Personeel & Organisatie
- o Onderwijs
- o Finance & Control
- o Facility Management.

De senior-adviseurs zijn de eerstverantwoordelijke per stafdienst; zij voeren periodiek overleg om de integrale benadering van beleidsvraagstukken te waarborgen. Verder is er een concerncontroller werkzaam op het bureau die invulling geeft aan de cyclus van Planning & Control op stichtingsniveau.

Scholen

Gemeente Brunssum

AB Bs. Meander
AC Bs. Koningin Beatrix
OBS De Trampoline
OBS Treebeek
RK Bs. De Opstap
RK Bs. Fatima
RK Bs. Langeberg
RK Bs. Titus Brandsma
RK SBO De Boemerang

Gemeente Heerlen

AB Bs. Frans Postma
AC Bs. Dr. Albert Schweitzer
AC Bs. Elckerlyc
OBS De Piramide locatie AZC-school
OBS De Piramide locatie Freinet

Gemeente Elsloo

AB Bs. Elckerlyc

Gemeente Kerkrade

AB Bs. De Vierring
OBS De Schatkist
RK Bs. De Schakel
RK Bs. Bleijerheide
RK Bs. D'r Durpel

OBS De Piramide locatie Rennemig
OBS De Piramide locatie Vrieheide
OBS De Tovercirkel
OBS Hoensbroeck
OBS Theo Thijssen
RK Bs. De Ganzerik
RK Bs. De Heyster
RK Bs. De Regenboog
RK Bs. De Schacht
RK Bs. De Vlieger
RK Bs. De Voeëgelsjtang
RK Bs. Gerardus Majella
RK Bs. Nieuw Lotbroek

Gemeente Landgraaf

RK Bs. 't Kakertshöfke
AB Bs. Prins Willem Alexander
OBS De Carrousel
OBS De Speurheus
OBS Harlekijn
OEC Bs. De Wegwijzer
RK Bs. 't Valder
RK Bs. An d'r Put
RK Bs. Bei de Ling
RK Bs. Gravenrode
RK Bs. Op gen Hei
RK Bs. Schaesberg
RK SBO De Wissel

Gemeente Onderbanken

OBS De Schatkist
RK Bs. Aan de Belboom
RK Bs. De Tweesprong
RK Bs. St. Jozef

Gemeente Sittard

AB Bs. De Vlieger

RK Bs. De Blokkenberg
RK Bs. De Diabolo
RK Bs. De Doorkijk
RK Bs. De Gracht
RK Bs. De Veldblom
RK Bs. De Veldhof
RK Bs. St. Ursula
RK SBO Arcadia
RK SO St. Jan Baptist

Gemeente Nuth

AC Bs. Elckerlyc

Gemeente Simpelveld

RK Bs. Bochtoltz
RK Bs. De Meridiaan

Gemeente Vaals

OBS De Robbedoes

Onderwijsstichting BOOR (Bestuur Openbaar Onderwijs Rotterdam)

Organisatie

De stichting Bestuur Openbaar Onderwijs Rotterdam (Stichting BOOR) is een omvangrijke organisatie met veel verantwoordelijkheden naar vele belanghebbenden. Binnen de stichting vallen 7 openbare scholen voor het voortgezet onderwijs en 71 basisscholen.

De Stichting Bestuur Openbaar Onderwijs Rotterdam kent een bestuur dat bestaat uit negen personen. Het bestuur is onder te verdelen in:

- ⌘ College van Bestuur
- ⌘ Algemeen Bestuur

Twee personen vormen het College van Bestuur. Het College van Bestuur is belast met de dagelijkse bedrijfsvoering en operationele gang van zaken.

Zeven personen vormen het Algemeen Bestuur. Het Algemeen Bestuur heeft een toezichthoudende rol.

Ambitie

Onderwijsstichting BOOR heeft de ambitie verbetering aan te brengen in de onderwijssituatie van kinderen, hun vermogen tot een leven lang leren te vergroten en hun kansen te verbeteren om naderhand een plek op de arbeidsmarkt in te nemen.

Het vergroten van kansen van kinderen komt uiteraard ook de Rotterdamse samenleving ten goede. Daarom willen de BOOR-scholen onderwijs verzorgen waarin kwalitatief hoogwaardig onderwijs en maximale talentontwikkeling centraal staan. Onderwijs dat is gebaseerd op behoeften van onze belanghebbenden en waarbij scholen deel uitmaken van netwerken van onderwijsprofessionals, scholen en maatschappelijke partners gericht op de belangen van het kind.

Identiteit

Passend onderwijs voor iedereen, zonder onderscheid naar godsdienst of levensovertuiging, seksuele voorkeur, etniciteit, politieke overtuiging of welk ander onderscheid dan ook. Onderwijs dat een kind leert een open opstelling ten opzichte van anderen te hebben, en een klimaat realiseert waarin kinderen elkaar leren kennen, begrijpen en waarderen op basis van respect en vertrouwen.

Strategische thema's

In het strategisch beleidsplan zijn maatschappelijke, economische en onderwijskundige ontwikkelingen beschreven, die gevolgen hebben voor ons onderwijs. Een waardering van deze ontwikkelingen leidt tot drie hoofdthema's waar BOOR zich de komende jaren op wil richten:

- ⌘ Maximaal ontwikkelen van talent en verhogen van onderwijsprestaties
- ⌘ Sociale samenhang en burgerschap versterken
- ⌘ Goed bestuur en maatschappelijk ondernemen verbeteren

Keurmerk

Het onderwijs wordt steeds vaker beoordeeld op de kwaliteit die zij levert. Onderwijsstichting BOOR benadert kwaliteit vanuit twee invalshoeken. Allereerst willen zij een hoge kwaliteit van onderwijs en leerlingzorg garanderen. Daarnaast bewaken zij de kwaliteit van de randvoorwaarden zoals goed onderwijspersoneel, moderne leermiddelen en adequate huisvesting, omdat zonder deze randvoorwaarden het niet mogelijk is een hoge kwaliteit van onderwijs aan te bieden.

Om een hoge onderwijskwaliteit te kunnen garanderen werkt Onderwijsstichting BOOR sinds 1 januari 2008 met een keurmerk. Dit keurmerk geeft aan dat iedere school van het openbaar onderwijs voldoet aan hoge kwaliteitseisen op het gebied van onderwijs, leerlingzorg, personeelsbeleid, bedrijfsvoering, bestuur en organisatie. Hierdoor kan de kwaliteit van de scholen worden gehandhaafd en verbeterd en kunnen scholen onderling worden vergeleken.

Scholen

Basis onderwijs:

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| ⌘ Akkers, De | ⌘ Kruidenhoek, De |
| ⌘ Andries van der Vlerk | ⌘ Kubus, De |

- ⌘ Babylon, Taalschool
- ⌘ Barkentijn, De
- ⌘ Bergse Zonnebloem, De
- ⌘ Blijberg, De
- ⌘ Blijvliet
- ⌘ Bloemhof
- ⌘ Boog, De
- ⌘ Boomgaard, De
- ⌘ Catamaran, De
- ⌘ Charlois
- ⌘ Clipper, De
- ⌘ Combinatie '70
- ⌘ Cornelis Leeftang
- ⌘ Delfshaven
- ⌘ Driehoek, De
- ⌘ Dukdalf, De
- ⌘ Duo 2002
- ⌘ Eduard van Beinum
- ⌘ Esch, De
- ⌘ Finlandia
- ⌘ Fridtjof Nansen
- ⌘ Globe, De
- ⌘ Groene Palm, De
- ⌘ Groeneweg, De
- ⌘ Henry Dunant
- ⌘ Hoogvliet
- ⌘ Jacob Maris
- ⌘ Jan Antonie Bijloo
- ⌘ Jan Prins
- ⌘ Kameleon, De
- ⌘ Kleine Wereld, De
- ⌘ Klimop, De
- ⌘ Korf, De
- ⌘ Kring, De
- ⌘ Landje, Het
- ⌘ Mare, De
- ⌘ Margriet, De
- ⌘ Meridiaan, De
- ⌘ Nelson Mandela
- ⌘ Noordereiland
- ⌘ Notenkraker, De
- ⌘ Over de Slinge
- ⌘ Overschie
- ⌘ Oversteek, De
- ⌘ Passe Partout
- ⌘ Pijler, De
- ⌘ Piramide, De
- ⌘ Plataan, De
- ⌘ Plevier, De
- ⌘ Pluspunt
- ⌘ Prins Alexander
- ⌘ Prisma, 't
- ⌘ Samsam
- ⌘ Schalm, De
- ⌘ Sonnevank, De
- ⌘ Toermalijn, De
- ⌘ Triangel, De
- ⌘ Tuimelaar, De
- ⌘ Tuinstad
- ⌘ Van Heuven Goedhart
- ⌘ Van Rijckevorsel
- ⌘ Vier Leeuwen, De
- ⌘ Vierambacht, De
- ⌘ Waaier, De
- ⌘ Waterlelie, De
- ⌘ Wilgenstam, De
- ⌘ Zonnehoek, De

Voortgezet onderwijs:

- ⌘ Einstein Lyceum
- ⌘ Erasmiaans Gymnasium
- ⌘ Libanon Lyceum
- ⌘ Nieuw Zuid
- ⌘ Praktijkschool Rotterdam Noord
- ⌘ Thorbecke Voortgezet Onderwijs
- ⌘ Wolfert van Borselen scholengroep

Onderwijsstichting Sint-Bernardinus

De Onderwijsstichting Sint-Bernardinus (OSB) is het bestuur van het merendeel van de scholen voor voortgezet onderwijs in de regio Parkstad-Limburg. De OSB biedt werkgelegenheid aan ruim 1000 werknemers en haar scholen worden bezocht door 10.000 leerlingen. Het onderwijsaanbod is ruim,

concurrerend en het onderscheidt zich o.a. doordat naast de reguliere opleidingsmogelijkheden ook alternatieve vormen van onderwijs worden aangeboden, zoals tweetalig onderwijs en praktijkonderwijs.

Missie

De OSB streeft ernaar om voor alle jonge mensen tussen 12 en 18 jaar, die woonachtig zijn in de regio Parkstad-Limburg, een volledig onderwijsaanbod te realiseren en in stand te houden, dat in ieder geval voor de leerlingen in de basisvorming in de nabije omgeving beschikbaar is. Ons onderwijsaanbod is hoogwaardig, uitdagend en vooruitstrevend, kleinschalig georganiseerd en het kenmerkt zich door ons streven om het beste uit iedere betrokkene te halen.

Uitgangspunt voor het denken en handelen zijn de normen en waarden zoals deze verankerd zijn in de westerse christelijke tradities, waarbij Onderwijsstichting Sint-Bernardinus zich meer in het bijzonder laat inspireren door het gedachtegoed van de Franciscanen, die aan de basis hebben gestaan van onze stichting.

Visie

- ⌘ De belangen van de leerling centraal te stellen in het denken en handelen
- ⌘ Het realiseren van nieuw- en verbouw in Landgraaf, Kerkrade, Heerlen en Brunssum
- ⌘ Het weghalen van de overbodige overlap uit het aanbod en deze te vervangen door nieuwe hoogwaardige vormen van aantrekkelijk onderwijsaanbod
- ⌘ Het intensief scholen van degenen die de OSB in staat achten om op middellange termijn leiding te geven aan haar scholen
- ⌘ Het aangaan van contacten en werkrelaties met aanpalende vormen van onderwijs, de gemeenten, de jeugdzorg, de provincie en de landelijke overheid en op al die terreinen bewust verantwoordelijkheid te nemen
- ⌘ Het verkennen van onderwijsvormen en –aanbod, die inspelen op de eisen die bedrijfsleven en maatschappij stellen aan de jong volwassenen en die recht doen aan de wijze waarop de jonge mensen van nu studeren en leven
- ⌘ Actief te participeren in het opleiden van nieuwe docenten
- ⌘ Scholing en verdere ontwikkeling van de zittende medewerkers te stimuleren en te faciliteren
- ⌘ Een personeelsbeleid te ontwikkelen en vorm te geven dat gericht is op succesbeleving en welbevinden van de medewerkers, op een zodanige wijze dat personele doelen en die van de organisatie op optimale wijze op elkaar zijn afgestemd

Scholen

Voortgezet onderwijs:

- ⌘ Het Bernardinuscollege
- ⌘ College Rolduc
- ⌘ Eijkhagencollege
- ⌘ Herlecollege
- ⌘ Openbare school voor Praktijkonderwijs
- ⌘ Katholieke school voor Praktijkonderwijs
- ⌘ Sintermeertencollege

Bijlage 3: De aanvulling op de organisatie

Het onderwijsaanbod

Met in totaal 60 scholen biedt de Almeerse Scholen Groep een divers en uitgebreid aanbod aan scholen. De scholen van de Almeerse Scholen Groep zijn openbaar, wat betekent dat ze vanzelfsprekend voor iedereen toegankelijk zijn. Iedere leerling is welkom, ongeacht afkomst, religie of huidskleur. Een warme, open sfeer voor iedereen. Daar staat de Almeerse Scholen Groep voor.

Het onderwijskundig concept

De Almeerse Scholen Groep biedt een aantal scholen dat zich baseert op een onderwijskundig model.

☞ Dalton:

Het Daltononderwijs is ontwikkeld door een Amerikaanse pedagoge Helen Parkhurst. Zij ontdekte dat uitleg aan één groep tot desinteresse kan leiden bij andere leerlingen in de klas. Daarom ontwikkelde ze een systeem waarbij de leerlingen meer eigen verantwoordelijkheid, keuzevrijheid en zelfstandigheid hebben, maar ook moeten samenwerken. Kinderen krijgen taken die ze groepsgewijs of individueel uitvoeren en waarvoor ze zelf verantwoordelijkheid dragen.

Daltonscholen binnen de Almeerse Scholen Groep zijn basisschool De Dubbeldekker, Bommelstein, De Waterhoek, De Ontdekking en voortgezet onderwijs Helen Parkhurst.

☞ Jenaplan:

Het Jenaplanonderwijs werkt met stamgroepen, groepen die niet per klas maar per leeftijdsgroep bij elkaar zitten (onderbouw, middenbouw en bovenbouw). Zo wil Jenaplan de zorg onderling stimuleren. Op Jenaplanscholen is veel aandacht voor de manier waarop mensen samenwerken en leren. Gesprek, werk, spel en viering komen steeds terug in het weekplan. Ook het individuele, wereldoriëntatie en levensbeschouwing zijn erg belangrijk. Jenaplan staat bekend om het goede pedagogische klimaat. Basisschool De Marionet is een Jenaplanschool.

☞ Montessori:

Grondlegger van het Montessori onderwijs is de eerste vrouwelijke arts in Italië en tevens pedagoge Maria Montessori. Uitgangspunt van het montessorionderwijs is dat het kind zich ontwikkelt vanaf jonge leeftijd door oefeningen te doen die de geest scherpt. Door een goede waarneming leren kinderen volgens haar makkelijker. Essentieel in het Montessori onderwijs is de individualiteit van een kind. Binnen bepaalde grenzen – te veel vrijheid is niet wenselijk – wordt tegemoet gekomen aan de belangstelling en talenten van een kind. De Almeerse Scholen Groep heeft vier Montessori basisscholen: Montessorischool Almere Haven, Montessorischool Almere Stad, Montessorischool de Trinoom en Montessori Lyceum Flevoland.

☞ Brede School:

Een Brede School is geen onderwijskundig concept, maar een school die structureel samenwerkt met andere instellingen zoals kinderopvang, welzijnswerk, een muziekschool en/of de sportvereniging. Vaak zitten zij allemaal in hetzelfde gebouw. Het doel is om zo de ontwikkelingskansen van kinderen te vergroten. Steeds meer ouders kiezen voor het gemak van een Brede School, de kinderen worden maar op één plek gebracht en opgehaald. Brede scholen binnen de Almeerse Scholen Groep zijn basisschool De Archipel en basisschool Het Meesterwerk.

§ Accenten:

Hoewel alle scholen aangesloten zijn bij één scholengroep hebben ze allemaal een eigen karakter en identiteit. Een aantal scholen besteedt aan een specifiek onderdeel nog eens extra aandacht. Zo zijn er scholen die het accent leggen op sport, theater, kunst, muziek en natuur. De accenten zijn beschreven in de schoolprofielen van iedere school.

De medezeggenschap

Binnen de Almeerse Scholen Groep praten ouders en medewerkers mee over de inhoud en organisatie van het onderwijs en het te voeren beleid. De gemeenschappelijke medezeggenschapsraad (GMR) is het inspraakplatform op bestuursniveau met instemmingbevoegdheid of adviesrecht bij een groot aantal zaken. De gemeenschappelijke medezeggenschapsraad bestaat uit ouders en medewerkers en bevordert naar vermogen openheid, openbaarheid en onderling overleg binnen de Almeerse Scholen Groep. De GMR komt zes keer per jaar bij elkaar.

De gemeenschappelijke medezeggenschapsraad Voortgezet Onderwijs (GMR-VO)

Het openbaar voortgezet onderwijs bestaat uit acht scholen: Arte College, Buitenhout College, Echnaton, Helen Parkhurst, de Meergronden, Montessori Lyceum Flevoland, Oostvaarders College en Praktijkonderwijs (PRO) Almere. Vanuit elke school hebben twee ouders en twee personeelsleden zitting in de gemeenschappelijke medezeggenschapsraad. Bij de vergaderingen is de voorzitter van het College van Bestuur aanwezig, vergezeld met één of meer stafmedewerkers. In de GMR komen schooloverstijgende zaken aan bod zoals de jaarrekening, functiebouwwerk, CAO, arbocontract, en personele zaken welke kenbaar gemaakt worden aan de voorzitter van het College van Bestuur. Vanuit de scholen kunnen er onderwerpen op de agenda van de GMR geplaatst worden via de GMR-leden van de school.

De gemeenschappelijke medezeggenschapsraad Primair Onderwijs (GMR-PO)

Met 55 openbare basisscholen is het voor de Almeerse Scholen Groep belangrijk dat de leerkrachten, onderwijsondersteunend personeel en ouders meedenken over het geformuleerde beleid. Afhankelijk van het onderwerp denkt men in de GMR-PO mee over diverse schooloverstijgende zaken in het primair (basis) onderwijs. De voorzitter van de GMR-PO is Ine Timmermans. De bevoegdheden van de GMR staat omschreven in het reglement. In het reglement is aangegeven over welke aangelegenheden de GMR advies kan uitbrengen en welke onderwerpen de instemming van de GMR nodig hebben.

Managementstijl

De Almeerse Scholen Groep hanteert een democratische leiderschapstijl. Bijna alle beslissingen worden genomen tijdens of na overleg.

Deze leiderschapstijl zorgt voor veel overleg met bijbehorende hoeveelheden papier en een vrij intensieve informatie-uitwisseling.

De Almeerse Scholen Groep is een erg democratische organisatie. Bijna geen enkele beslissing wordt genomen zonder goed overleg.

Bij de Almeerse Scholen Groep gaat het om inspraak en draagvlak. Het College van Bestuur heeft de uiteindelijke zeggenschap, maar voordat beleid of andere belangrijke zaken worden vastgesteld zal het eerst besproken worden door de medezeggenschapsraad (GMR). Het advies van de medezeggenschapsraad is waardevol voor de besluiten die het College van Bestuur neemt. Geen enkel beleid of andere zaken kan direct door het College van Bestuur worden aangenomen, het moet eerst naar de medezeggenschapsraad.

Bijlage 4: De uitbreiding van de onderzoeksmethoden

Bureauonderzoek

Het onderzoek met betrekking tot de marketingcommunicatie voor drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep zal voor een groot deel bestaan uit bureauonderzoek.

Bureauonderzoek wordt ook wel deskresearch of secundaire analyse genoemd.

Bij bureauonderzoek wordt er gebruik gemaakt van bronnen uit de tweede hand. Het gaat om gegevens die neergeslagen zijn door anderen. Het gaat om bestaande gegevens. De gegevens zijn door anderen verzameld en vastgelegd.

Bureauonderzoek wordt gedaan vanachter een bureau. Bijvoorbeeld door op internet te zoeken via trefwoorden op www.google.nl.

De vorm van bureauonderzoek waar gebruik van wordt gemaakt is de studie van databestanden, archieven, registraties en dossiers. Door het analyseren van verschillende bestanden en dossiers moet er worden gekomen tot een inzicht in een mogelijke oplossing voor het werven en behouden van personeel.

Toevallige fouten in het bureauonderzoek zullen zoveel mogelijk worden voorkomen.

Er zal zoveel mogelijk gebruik worden gemaakt van betrouwbare bestanden.

Bureauonderzoek, oftewel deskresearch wordt gebruikt wanneer men voor het verzamelen van de gegevens niet het eigen kantoor hoeft te verlaten. De meest gangbare wijze is het opvragen van literatuur, deze te bestuderen en er een conclusie uit trekken. De onderzoeker komt letterlijk niet van achter het bureau vandaan om het onderzoek uit te voeren.

Een bureauonderzoek wordt uitgevoerd om te kijken wat er al aan bruikbare gegevens beschikbaar is over het thema of probleem. Op basis van bureauonderzoek wordt dan beslist wat er nog onderzocht moet worden en op welke manier dat het beste kan gebeuren. Deskresearch is vaak het vooronderzoek dat dient als voorbereiding op het onderzoek onder de doelgroep.

De grootste voor- en nadelen van bureauonderzoek zijn:

Voordelen:

- ⌘ Relatief goedkope vorm van onderzoek;
- ⌘ Gegevens zijn relatief snel beschikbaar;
- ⌘ Onderzoek kan snel worden gestart.

Nadelen:

- ⌘ De verzamelde gegevens zijn vaak niet meer actueel;
- ⌘ Verkregen informatie levert vaak niet de informatie op die men voor het oplossen van het eigen probleem noodzakelijk acht.

Kwalitatief (veld)onderzoek

Een deel van het onderzoek zal bestaan uit kwalitatief (veld)onderzoek.

Bij kwalitatief (veld)onderzoek gaat het om kleine groepen die op enkele aspecten onderzocht worden. Onderzoekresultaten van kwalitatief onderzoek leveren een beeld op van hoe iets zou

kunnen werken of van wat er mogelijk aan de hand is. De vragen die gesteld worden zijn voornamelijk open van aard. Het doel van kwalitatief onderzoek is om te achterhalen hoe iets werkt en waarom. Er bestaat een mogelijkheid om door te kunnen vragen en door de antwoorden van de respondenten kunnen er nieuwe vragen worden bedacht.

Een vuistregel bij kwalitatief (veld)onderzoek is, dat er net zolang wordt doorgegaan totdat er niets nieuws meer wordt gehoord. Zodra er na verloop van tijd geen nieuwe antwoorden van respondenten worden verkregen dan kan er worden gestopt. Dit verzadigingspunt blijkt vaak bereikt te worden na ongeveer acht gesprekken (Kaap, van der, 2006). Dit kan echter verschillen per vraag. Doorvragen is hierbij heel belangrijk, omdat het anders kan lijken alsof er geen nieuwe meningen gehoord worden. Het gevaar bestaat dan dat er te snel wordt gestopt met interviewen en hierdoor te weinig mensen worden ondervraagd.

Het is dus van belang dat alle soorten mensen worden geïnterviewd.

Diepte interview

Bij kwalitatief (veld)onderzoek zal er gebruik worden gemaakt van diepte-interviews.

Bij de diepte-interviews zijn de gesprekken gericht op het achterhalen van motivaties en gedachten over een onderwerp. Door gebruik te maken van een (gestructureerde) gesprekspuntenlijst, zorgt de interviewer ervoor dat alle aspecten van het probleem belicht worden. De duur van een diepte-interview kan variëren, maar over het algemeen wordt er maximaal een halfuur uitgetrokken voor het gesprek.

Tijdens het onderzoek zal het af en toe noodzakelijk zijn om meer (achtergrond)informatie te krijgen over een bepaald onderwerp dat wordt behandeld tijdens het onderzoek. Het diepte-interview is een goede methode om tot antwoorden te komen.

Bij een diepte-interview vindt er een gesprek plaats tussen een getrainde interviewer en één respondent. De gesprekken zijn gericht op het achterhalen van motivaties en gedachten over een onderwerp. Door gebruik te maken van een (gestructureerde) gesprekspuntenlijst, zorgt de interviewer ervoor dat alle aspecten van het probleem belicht worden. De duur van een diepte-interview kan variëren, maar over het algemeen wordt er maximaal een uur uitgetrokken voor het gesprek.

De grootste voor- en nadelen van een diepte-interview:

Voordelen:

- ⌘ Er kan goed doorgevraagd worden naar achterliggende motivaties, gedachten en ideeën. Hierdoor komt gedetailleerde informatie vrij;
- ⌘ Er is een mogelijkheid om beeldmateriaal te laten zien;
- ⌘ Interview kan overal plaatsvinden, waardoor bijvoorbeeld een geïnterviewde zich beter op zijn gemak voelt en eerlijker antwoord;
- ⌘ De mogelijkheid om vrijuit te spreken zonder restricties van gesloten, systematische vragen;
- ⌘ Veel ruimte voor individuele reacties;
- ⌘ Gevoelige onderwerpen kunnen besproken worden.

Nadelen:

- ⌘ Er kunnen geen algemene conclusies worden getrokken die voor de hele doelgroep gelden;
- ⌘ Interviewer kan onbewust de geïnterviewde beïnvloeden en is tevens de enige die de geïnterviewde kan uitdagen;
- ⌘ Geen groepsinteractie.

Survey

Een survey is een strategie waarbij grote aantallen onderzoekseenheden op diverse kenmerken worden onderzocht. Er is bij een survey daarom meestal sprake van kwantitatief onderzoek. Bij een survey gaat het om het in kaart brengen van opvattingen over gedrag. Men wil graag weten hoe mensen zich gedragen (in het verleden en in de toekomst), maar men kan ze er alleen naar vragen en niet zien of ze daadwerkelijk doen wat ze zeggen. Daarom wordt er gesproken over het meten van opvattingen over gedrag in plaats van gedrag.

De groep die wordt onderzocht wordt 'populatie' genoemd. Een populatie kan op verschillende kenmerken worden onderscheiden, bijvoorbeeld geslacht, leeftijd, soort medewerker, afdeling, opleiding, woonplaats, provincie en land. De populatie wordt in de statistiek aangeduid met de hoofdletter 'N'. De precieze definitie van de populatie komt uit de probleemstelling. In de doelstelling wordt duidelijk gemaakt op wie het onderzoek concreet betrekking heeft.

Als de populatie klein is kan er een populatieonderzoek worden gedaan. Dat betekent dat de hele populatie wordt benaderd. Het komt bijna niet voor dat een hele populatie kan worden benaderd. Mensen kunnen bijvoorbeeld ziek zijn of absoluut niet mee willen werken. Feitelijk is er in een dergelijk geval sprake van een steekproef, immers wordt niet iedereen onderzocht.

Als de populatie groot is, is het qua tijd en geld niet mogelijk om iedereen te onderzoeken. Soms is het onmogelijk om de hele populatie te onderzoeken, dan kan er gebruik worden gemaakt van een steekproef. Hoe groot een steekproef minimaal moet zijn, hangt af van de gekozen strategie. De steekproef wordt aangeduid met een kleine letter 'n'.

De totale groep die wordt benaderd voor het onderzoek wordt de 'bruto steekproef' genoemd. Dit is in de praktijk nog niet hetzelfde als de werkelijk onderzochte groep mensen. Een steekproef is in principe iedereen aan wie een enquête wordt gestuurd. Maar niet iedereen die een enquête krijgt, zal deze ook terugsturen. Er wordt dan gesproken van 'non-respons'. Dit is het deel van de steekproef dat wel is benaderd, maar niet meedoet.

Het deel van de steekproef dat wel meewerkt wordt 'aanvankelijke respons' genoemd. Ook hier kunnen nog mensen afvallen. Enkele ingeleverde schriftelijke enquêtes kunnen onleesbaar zijn of bijna niet ingevuld, zodat ze niet meegenomen kunnen worden in het onderzoek. Als deze respondenten zijn weggelaten blijft de 'uiteindelijke respons', oftewel de groep respondenten die bruikbaar is voor het onderzoek over. Dit zijn dus alle mensen die de enquête hebben ingevuld, teruggestuurd en waarvan de gegevens bruikbaar zijn voor het onderzoek, ook wel de 'netto steekproef' genoemd.

Bij een telefonische enquête of een mondeling interview kan worden gerekend op een hoge respons. Bij een schriftelijke enquête moet worden gerekend op een respons van rond de 40%. Er is dan 60% non-respons. De mate van respons kan worden verhoogd door bijvoorbeeld gefrankeerde antwoordenvellen of cadeautjes bij het terugsturen van de enquête.

Een enquête kan bestaan uit open vragen, meerkeuzevragen of een combinatie van beiden. Bij onderzoek naar feiten (kwantitatief onderzoek) wordt met name van meerkeuzevragen gebruikgemaakt, terwijl in onderzoek naar meningen (kwalitatief onderzoek) eerder van open vragen gebruikgemaakt zal worden. De klassieke manieren om een enquête te houden zijn met de komst van de informatie- en communicatie technologie aanzienlijk uitgebreid. Men onderscheidt onder meer:

Online onderzoek

Online onderzoek (marktonderzoek via het internet) combineert de mogelijkheden van telefonisch en schriftelijk onderzoek.

De voordelen van online onderzoek zijn onder andere de snelheid waarmee een onderzoek gestart kan worden en de snelheid waarmee de gegevens worden verwerkt en inzichtelijk zijn. Bovendien kan de respondent zelf bepalen wanneer hij/zij aan het onderzoek deelneemt. Online onderzoek wordt door de respondenten veelal als gemakkelijk en gebruikersvriendelijk ervaren. Een ander voordeel is dat online vragenlijsten mogelijkheden bieden tot routing en het tonen van beeld- of audiomateriaal.

☞ **Schriftelijk onderzoek**

Schriftelijk onderzoek is een gangbare kwantitatieve methode die voor diverse onderzoeksvragen en doelgroepen bruikbaar is. Wanneer adressen beschikbaar zijn en er een duidelijke binding is met het onderwerp, is het houden van een schriftelijke enquête een praktisch goed uitvoerbare methode. Ook kan een schriftelijke enquête een efficiënte en goedkope methode zijn als de mogelijkheid bestaat om de enquêtes uit te delen en gelijk in te nemen, zoals aan scholieren in de klas of aan publiek van een voorstelling. Wanneer wordt gewerkt met een vragenlijst die per post wordt verzonden, vult de aangeschreven de vragenlijst in en stuurt hem terug. Voordelen van deze methode zijn dat de vragenlijst minder gebonden is aan het aantal vragen en dat de respondent de enquête in de eigen tijd kan invullen. Daartegenover staat dat er geen controle kan worden uitgevoerd op het juist invullen van de vragenlijst.

☞ **Telefonisch onderzoek**

Bij telefonisch onderzoek wordt de doelgroep telefonisch benaderd met de enquête. Dit kan overdag (meestal bij onderzoek onder een zakelijke doelgroep), of 's avonds (meestal in het geval bij de ondervraging van huishoudens/consumenten).

Bijlage 5: Model en Planvorm

In dit hoofdstuk komen het gekozen model en de planvorm aan bod.

De werking van het model wordt uitgelegd. Naast de beschrijving van het model komt de gekozen planvorm naar voren. Hierin wordt beschreven voor welk planvorm er gekozen is en wat deze planvorm inhoudt.

Tevens wordt in dit hoofdstuk het tien stappen plan toegelicht.

Het model

Aan de hand van een model is het mogelijk om meer structuur en overzichtelijkheid te creëren binnen het onderzoek en binnen de aanbevelingen. Een model maakt het onderzoek helder voor de opdrachtgever en biedt de onderbouwing voor een communicatieplan. Daarnaast zorgt een model ervoor dat aanbevelingen⁴⁹ geclusterd kunnen worden.

Er zijn verschillende modellen tegen elkaar afgewogen voor er tot een correcte keuze kon worden gekomen. De modellen die zijn bekeken zijn het positioneringsmodel van Ries en Trout, het vijfkrachten model van Porter en het Six-C-model.

Het positioneringsmodel van Ries en Trout (1981) dat hieronder is weergegeven, geeft aan dat de positionering van een organisatie geschied volgens drie belangrijke factoren.



Figuur 20 - Positioneringsmodel

Volgens Ries en Trout (1981) is een succesvolle positioneringsstrategie gewoonlijk gebaseerd op een duurzaam concurrentievoordeel van een organisatie. Positioneren kan op verschillende aspecten worden gebaseerd, die omvatten:

- ⌘ Producteigenschappen;
- ⌘ Voordelen, behoeften of oplossingen;

⁴⁹ Zie hoofdstuk 7.5 en 7.6

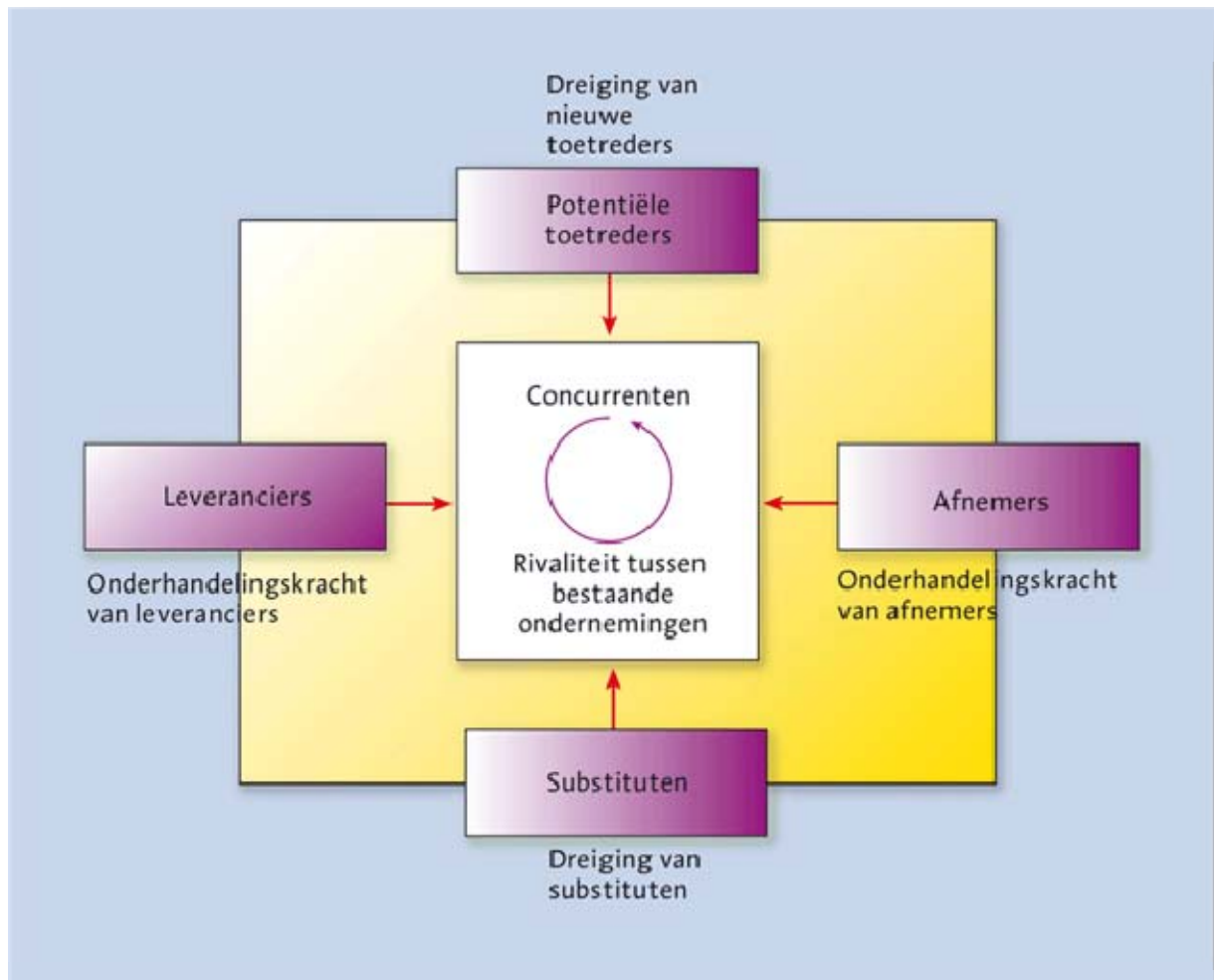
- ⌘ Gebruik-categorieën;
- ⌘ Tweedehandsgebruik;
- ⌘ Plaatsing tegenover en vergelijking met een ander product;
- ⌘ Afscheiding van de productklasse.

Het positioneringsmodel is een goed model voor het onderzoek. Het mist echter een element dat inzichtelijk maakt hoe de doelgroepen van dit onderzoek benaderd moeten worden en wat de gewenste identiteit van een organisatie is.

Een ander model dat is bekeken is het vijfkrachtenmodel of competitive forces model van Porter. Het model van Porter geeft inzicht in de structurele winstgevendheid van een bedrijfstak en de intensiteit van de concurrentie. De vijf krachten waarover gesproken wordt zijn:

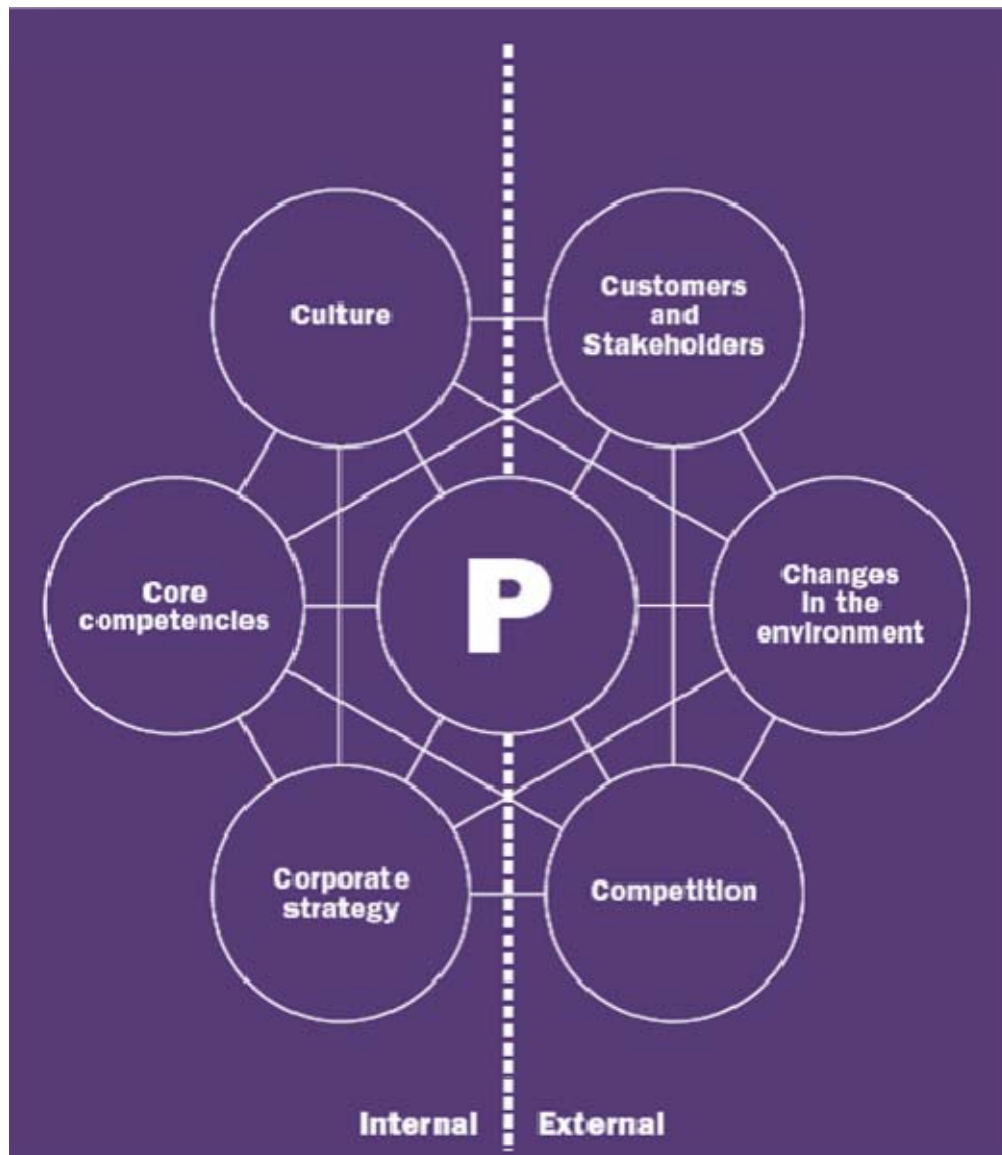
- ⌘ Bedreiging van nieuwe toetreders;
- ⌘ Bedreiging van substituut-producten of -diensten;
- ⌘ Onderhandelingspositie van afnemers;
- ⌘ Onderhandelingspositie van leveranciers;
- ⌘ Rivaliteit tussen bestaande organisaties.

Bij het model horen ook twee drempels: de toe- en uittredingsdrempels. Het vijfkrachtenmodel geeft aan in hoeverre de bedrijfstak aantrekkelijk is. Het laat echter niet zien hoe de scholen in het primair onderwijs zich zouden moeten profileren door rekening te houden met een aantal belangrijke factoren.



Figuur 21 – Vijfkrachtenmodel Porter

Het Six-C Model in de figuur hieronder, beschrijft de aspecten waar een organisatie mee te maken heeft, die een rol spelen bij het ontwikkelen van de positionering. De naam van het model spreekt voor zich. Het duidelijk maken van de toegevoegde waarde van de organisatie, het positioneren, vindt plaats op de scheidslijn tussen de interne en de externe omgeving. De positionering heeft zowel een externe als een interne betekenis.



Figuur 22 – Six-C model

Het gekozen model

Voor dit onderzoek is gekozen om het Six-C model te gebruiken van de Positioneringsgroep (2005). Het model laat zien dat alle dimensies met elkaar samenhangen, zoals in een systeem. Zo bepaalt cultuur onder andere of potentiële werknemers de organisatie als een aantrekkelijke werkgever beschouwen. Sommige mensen (stakeholders) zien de overheid niet zitten als werkgever omdat ze verwachten dat de overheid bureaucratisch is (cultuur). Veranderingen in de markt kunnen bepalen of competenties in de toekomst relevant zijn of niet. De keuze voor een bepaalde strategie is vaak afhankelijk van de concurrentie. De zes dimensies zijn hieronder in een tabel uiteengezet:

Dimensie	Waarom belangrijk?	Wat te onderzoeken?
Customers and other stakeholders	De behoeften van stake-holders vormen de basis voor de positionering.	Instrumentele en emotionele behoeften, in relatie tot: • De organisatie, • De categorie en • Het merk.
Changes in the environment	Macro- en meso veranderingen bepalen de behoeften van mensen	• Technologische veranderingen • Sociaal-economische veranderingen • Juridische veranderingen
Competition	Een goede positionering is onderscheidend t.o.v. de concurrentie. De breinposities van de concurrentie bepalen dus deels de positionerings-mogelijkheden.	De breinposities van de concurrentie, veroorzaakt door: • Het product of de dienst • De marktpositie • De historie van het merk • De nationaliteit van het merk • De sector van het merk • De distributie • De CEO • De gebruikers, • Kortom alles dat tot associaties kan leiden
Corporate strategy	Het merk staat in dienst van de business. Het is een middel om doelstellingen te realiseren.	• Visie • Missie • Doelen • Strategie
Core Competencies	Competenties zijn een belangrijke basis voor duurzame onderscheidende waardecreaties voor stakeholders	• Marktcompetenties • Productiecompetenties • Technologie competenties • Organisatiecompetenties
Culture	Cultuur bepaalt het gedrag van mensen voor een aanzienlijk deel. Gedrag dient in lijn te zijn met de positionering.	• Waarden, normen, gedragingen, rituelen, symbolen, rites, beloningssystemen en andere concrete uitingsvormen

De Planvorm

De planvorm zorgt voor een correcte opbouw of structuur in een communicatieplan.

Een communicatieplan is een document waarin wordt beschreven vanuit welke motieven, wensen, achtergronden en gesignaleerde problemen een organisatie opzettelijk probeert bepaalde individuen en/ of groepen in de samenleving te beïnvloeden wat betreft kennis, houding en/ of gedrag.

Een communicatieplan is een vereiste voor effectieve communicatie met de doelgroepen/ stakeholders. Een communicatieplan kan op verschillende manieren dienen als hulpmiddel in de communicatie:

- ⌘ Een communicatieplan kan orde scheppen in de communicatie wanneer er meerdere doelgroepen, communicatiedoelen en communicatiemiddelen zijn;
- ⌘ Een communicatieplan helpt om prioriteiten te kunnen stellen en die prioriteiten aan anderen binnen de organisatie te kunnen onderbouwen;
- ⌘ Een communicatieplan zorgt voor een logische samenhang met de communicatie-uitingen;
- ⌘ Een communicatieplan maakt de communicatiemiddelen effectiever doordat er noodgedwongen precies wordt uitgedacht wat in dat middel aan wie moet worden gecommuniceerd;
- ⌘ Een communicatieplan kan iedereen ondersteunen die met de uitvoering van de communicatie te maken heeft;
- ⌘ Een communicatieplan zorgt ervoor dat er een eigen visie wordt verkregen of wordt ontwikkeld;
- ⌘ Een communicatieplan geeft handvatten voor een duidelijke aanpak.

Toelichting planvorm

Er is gekozen voor de planvorm van Floor en van Raaij (2002).

In het boek 'Marketingcommunicatie' van Floor en van Raaij staat de opbouw van een marketingcommunicatieplan vermeld in negen onderdelen.

In eerste instantie was er enige vertwijfeling met betrekking tot de planvorm. De opdracht leek eerst te vallen onder corporate communicatie. De definitie van corporate communicatie is als volgt:

*'Het managementinstrument waarmee, op een zo effectief en efficiënt mogelijke wijze, alle bewust gehanteerde vormen van interne en externe communicatie zodanig op elkaar worden afgestemd, dat een positieve uitgangspositie ontstaat met de doelgroepen waarmee men een afhankelijkheidsrelatie heeft.'*⁵⁰

Het doel van de opdracht voor de Almeerse Scholen Groep is op een zo effectief en efficiënt mogelijke wijze de interne en externe communicatie van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs die vallen onder de Almeerse Scholen Groep op elkaar af te stemmen, om daardoor ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen aan te trekken. Echter hebben de ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen geen afhankelijkheidsrelatie met de drie aangewezen scholen. De ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen kunnen net zo gemakkelijk naar een andere school gaan, hoewel de school niet zonder leerlingen zou kunnen.

De hoofdstukindeling van een marketingcommunicatieplan verschilt nogal met de hoofdstukindeling van een corporate communicatieplan. Het corporate communicatieplan mist per definitie al een aantal onderdelen die essentieel zijn voor de volledigheid in de uitvoering van dit onderzoek. Onderdelen zoals een interne en externe analyse, een SWOT en een confrontatiematrix zijn kenmerkend voor een marketingcommunicatieplan en dit zijn noodzakelijke onderdelen voor het onderzoek. Zonder deze onderdelen is het onderzoek onvolledig. Door deze redenen is er gekozen voor een marketingcommunicatieplan.

De definitie van een marketingcommunicatieplan is:

⁵⁰ (Brink, van den, 2003)

'Het in contact treden met de handel en/ of consument om hun kennis, houding en gedrag te beïnvloeden in een voor het marketingbeleid gunstige richting'⁵¹.

In dit geval zijn de ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen de consumenten. De kennis, houding en gedrag van de ouder(s)/ verzorger(s) en leerlingen moet op een zodanige wijze worden beïnvloed dat ze worden aangetrokken door één van de drie aangewezen scholen. Het marketingcommunicatieplan sluit perfect aan bij deze opdracht.

De opbouw van het marketingcommunicatieplan ziet er als volgt uit:

1. Onderzoek naar consument en product
 2. Marketingcommunicatiedoelgroep
 3. Marketingcommunicatiedoelstelling
 4. Marketingcommunicatiestrategie
 5. Keuze marketingcommunicatiemix
 6. Creatieve ontwikkeling
 7. Mediakeuze
 8. Marketingcommunicatiebudget
 9. Onderzoek naar resultaten
-
1. Onderzoek naar consument en product
Onderzoek vormt de basis van elk marketingcommunicatieplan. Er moet info verzameld worden over de voorkeuren van de consument ten opzichte van het merk, over het keuzeproces, de betrokkenheid van de consument en de sterke en zwakke punten van de concurrent;
 2. Marketingcommunicatiedoelgroep
Over de doelgroep moet zoveel mogelijk informatie worden verzameld. De marketingcommunicatiedoelgroep kan ruimer zijn dan de marketingdoelgroep. Het is meestal verstandig om de communicatie-uitingen op een relatief kleine groep te richten. Anders bestaat er een kans dat de doelgroep te ruim is gedefinieerd, waardoor niemand zich meer aangesproken voelt;
 3. Marketingcommunicatiedoelstelling
Marketingcommunicatiedoelstellingen worden in het algemeen gesteld in termen van merkbekendheid, kennis van specifieke merk- en producteigenschappen, attitude, koopintentie en koopgedrag;
 4. Marketingcommunicatiestrategie
Als de doelstellingen en doelgroep bekend zijn, kan de marketingcommunicatiestrategie geformuleerd worden. Er wordt een boodschap bepaald, die overgebracht moet worden. De boodschap moet de doelgroep aanspreken;
 5. Keuze marketingcommunicatiemix
Op basis van de gekozen strategie moet worden vastgesteld met welke marketingcommunicatie-instrumenten deze strategie het best uitgevoerd kan worden. Er moet worden nagegaan welke rol de diverse instrumenten kunnen spelen in het beoogde communicatieproces. Al in de uitgangssituatie moet een communicatiemix ontwikkeld worden en moeten keuzes gemaakt worden. Bij deze keuzes speelt ook het creatieve concept een belangrijke rol. Niet elk concept leent zich voor elk marketingcommunicatie-instrument;

⁵¹ (Floor, Raaij, van, 2006)

6. Creatieve ontwikkeling

Het verschil tussen een gemiddelde en een goede marketingcommunicatiecampagne hangt vaak af van het creatieve concept. In de strategie wordt vastgelegd wat er tegen de consument gezegd moet worden (propositie). Als de boodschap de doelgroep niet interesseert, zal de campagne weinig of geen effect hebben. Naast het 'wat' (propositie) heeft echter ook het 'hoe' (concept) invloed op het resultaat van de campagne. Als de boodschap op een opvallende en boeiende wijze wordt gecommuniceerd, zullen meer mensen reageren dan bij een saai, weinig verrassend concept;

7. Mediakeuze

Nadat de definitieve marketingcommunicatiemix is vastgesteld, zal per marketingcommunicatie-instrument moeten worden vastgesteld welke media of welke combinatie van media de boodschap het best kunnen overbrengen;

8. Marketingcommunicatiebudget

De keuze van het budget komt tijdens het opstellen van het marketingcommunicatieplan op verschillende momenten aan de orde. Bij het formuleren van de marketingcommunicatiedoelstellingen komt het budget al aan de orde. Tussen deze beide onderdelen van het plan bestaat immers een nauwe relatie. Naarmate de doelstellingen ambitieuzer zijn, moet het budget hoger zijn. En omgekeerd legt een budget waar geen enkele ruimte meer in zit, beperkingen op aan de haalbaarheid van de doelstellingen. Tussen het concept van de campagne en de hoogte van het budget bestaat eenzelfde relatie. Het creatieve concept heeft gevolgen voor het budget. Vooraf moet de omvang van het marketingcommunicatiebudget in grote lijnen bekend zijn. Dit voorkomt dat er allerlei ideeën worden uitgewerkt die financieel niet haalbaar zijn;

9. Onderzoek naar resultaten

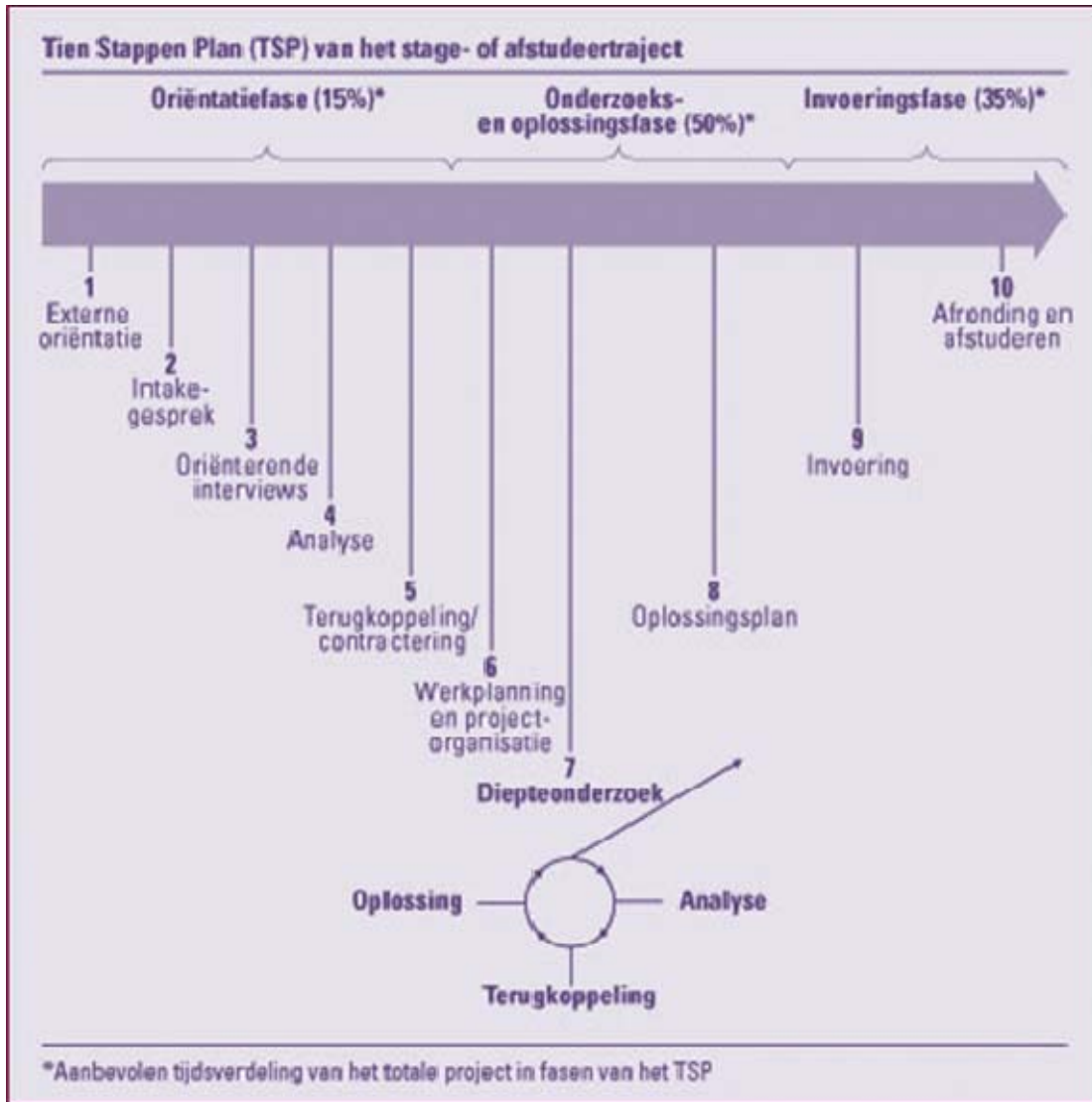
Regelmatig moet worden nagegaan of de doelstellingen worden gehaald. Als het ernaar uit ziet dat dit niet lukt, moet het marketingcommunicatieplan worden aangepast. In het plan moet worden aangegeven hoe de evaluatie zal plaatsvinden. Deze evaluatie kan overigens alleen maar gedaan worden, als de doelstellingen voldoende nauwkeurig gedefinieerd zijn.

Floor en van Raaij geven in het boek een heldere uitleg met betrekking tot het marketingcommunicatieplan. De hoofdstukindeling is logisch gestructureerd. De hoofdstukindeling die hier wordt gehanteerd is het meest voorkomend in een marketingcommunicatieplan.

Tien Stappen Plan

Het Tien Stappen Plan wordt gebruikt tijdens het afstudeerproces. Deze afstudeeropdracht is onderdeel van het afstudeerproces. Het stappenplan wordt ingezet om structuur en duidelijkheid te creëren bij de uitvoering van deze afstudeeropdracht.

Hieronder volgt een schematisch overzicht van de verschillende fasen en stappen die genomen worden gedurende de opdracht:



De tien stappen die worden genomen zijn gerelateerd aan de tien stappen in het boek *Competent afstuderen en stagelopen. Een advieskundige benadering* (Kempen & Keizer, 2006). De stappen in dit boek zijn van toepassing op afstudeerders. In het schema hieronder zijn deze stappen omgezet naar de situatie voor de Almeerse Scholen Groep.

Data	Activiteit	Actie	Resultaat
10 december 2008	Samenspel expert docent en begeleider	Kennismakingsgesprek Alain Hong en Kim Leeftink en Expertdocent en begeleider	Concrete werkafspraken over opdrachtuitvoering en begeleiding
10 december 2008	Werving opdracht	Opdrachtwerving door Alain Hong en Kim Leeftink onder	Door Alain Hong en Kim Leeftink en expertdocent en begeleider

		begeleiding van de expertdocent en begeleider	goedgekeurde voorlopige opdracht
12 januari 2009	Stap 1. Externe oriëntatie	Onderzoeken van brancheontwikkelingen	Branche gerelateerd probleeminzicht om probleem van de Almeerse Scholen Groep beter te kunnen plaatsen en bespreken bij de intake
15 januari 2009	Stap 2. Intakegesprek	Preciseren van opdracht en werkwijze met de Almeerse Scholen Groep en expertdocent en begeleider	Eenheid van opvatting over de uitvoering van stap 3-5
15 januari 2009	Stap 3. Oriënterende interviews	Interviews met medewerkers van de Almeerse Scholen Groep en medewerkers van de drie aangewezen scholen voor het primair onderwijs	Meer inzicht in het probleem, de urgentie ervan en draagvlak voor de aanpak
5 februari 2009	Stap 4. Analyse	Nemen van 'go/no go' beslissing en voorstel maken voor opdracht en feedback plan van aanpak	Terugkoppelingspresentatie ten behoeve van opdrachtgever en probleembetrokkenen
6 februari 2009	Stap 5. Terugkoppeling/contractering	Presenteren voorstellen voor vervolg aan de Almeerse Scholen Groep en probleembetrokkenen	Geaccepteerd voorstel voor definitieve opdracht en globaal plan van aanpak

9 februari 2009	Stap 6. Werkplanning/projectorganisatie	Ontwerpen voorstel voor trajectplanning en projectorganisatie en afstemmen met de Almeerse Scholen Groep	Geaccepteerde trajectplanning en projectorganisatie
15 februari 2009	Stap 7. Diepteonderzoek	Uitvoeren gepland onderzoek en bijsturen van afwijkingen	Voldoende inzicht om tot oplossingen te komen
6 april 2009	Stap 8. Oplossingsplan	Rapporteren van onderbouwde oplossingsvoorstellen met voorkeursoplossing in de vorm van een onderzoeks- en adviesplan	Geaccepteerd oplossingsplan in vorm van een adviesplan
16 april 2009	Stap 9. Invoering	Opstellen implementatieplan en (helpen) invoeren van de gekozen oplossing	Lopende implementatie
18 mei 2009	Stap 10. Afronding	Opstellen van het onderzoeks- en adviesplan en overdragen van het projectresultaat	Tevreden klant en leerrendement

Bijlage 6: De aanvulling op het onderzoek (interne en externe analyse)

Interne analyse

Belangstellingspercentages

Hieronder staan de belangstellingspercentages⁵² van alle scholen in de Bouwmeesterbuurt weergegeven.

Belangstellingspercentages scholen in de Bouwmeesterbuurt					
Schooljaar	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
Manse	37%	32%	31%	29%	27%
Piramide	20%	21%	21%	22%	20%
Bommelstein	4%	4%	4%	3%	3%
Trinoom	13%	15%	17%	17%	19%

Tabel 9 - Belangstellingspercentages scholen in de Bouwmeesterbuurt

Uit bovenstaande tabel kan worden opgemaakt dat basisschool de Manse het hoogste belangstellingspercentage heeft. Dit percentage is echter de afgelopen schooljaren wel gedaald met circa 10%. basisschool de Bommelstein heeft de laagste belangstellingspercentage met 3%. Het belangstellingspercentage voor de Trinoom is de laatste schooljaren gestegen met circa 6%.

Leerlinggewicht⁵³

Volgens het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap krijgen leerlingen uit het basisonderwijs die tot een doelgroep van het onderwijsachterstandenbeleid worden gerekend, een gewichtsfactor. Scholen krijgen op basis van het gewicht van de totale leerlingenpopulatie formatie toegekend. Elk jaar wordt naast de nieuwe instroom ook een nieuwe leeftijdsgroep van de zittende leerlingen volgens de nieuwe systematiek geteld.

Voor het bepalen van het leerlinggewicht is het opleidingsniveau van de ouder(s)/ verzorger(s)/ voogden van belang. Er worden drie categorieën onderscheiden:

1. Maximaal basisonderwijs of (v)so-zmlk⁵⁴; de ouder heeft maximaal basisonderwijs (t/m het dertiende levensjaar) of (v)so-zmlk gehad;
2. Maximaal lbo/vbo⁵⁵, praktijkonderwijs of vmbo basis of kaderberoepsgerichte leerweg. Of de ouder heeft maximaal twee jaar onderwijs in een andere schoolopleiding in het voortgezet onderwijs aansluitend in het basisonderwijs gehad. In de praktijk komen hiervoor de volgende, verouderde benamingen voor: lager beroepsonderwijs (lbo); lagere agrarische school (las); lagere technische school (lts); lager economisch en administratief onderwijs (leao); lager huishoud- en nijverheidsonderwijs (lhno); ambachtschool; huishoudschool; technische school;
3. Overig voortgezet onderwijs en hoger; de ouder heeft een opleiding van drie of vier jaar mavo (c- of d-niveau), drie of vier jaar vmbo gemengde leerweg of theoretische leerweg genoten. Of de ouder heeft meer dan twee jaar havo of vwo gevolgd. Voor het niveau mavo/ havo/ vwo kunnen

⁵² Bron: schoolportretten PO de Manse, de Trinoom en de Piramide van de afdeling Onderzoek en Statistiek van de Almeerse Scholen Groep

⁵³ Bron: www.onderwijsinspectie.nl

⁵⁴ (v)so-zmlk: (voortgezet) speciaal onderwijs voor moeilijk lerende kinderen

⁵⁵ Vbo: voortgezet beroepsonderwijs.

ook oudere opleidingen worden gelezen; (m)ulo, mms of hbs. Of de ouder heeft een mbo, hbo of universitaire opleiding gevolgd.

De tot augustus 2006 gehanteerde gewichtenregeling voor het basisonderwijs ging uit van etnische afkomst, al dan niet gecombineerd met opleidingsniveau van de ouder(s). Nieuwe gewichten (sinds augustus 2006) zijn: 0,3 en 1,2, waar 0,3 geldt voor leerlingen van wie beide ouders of de ouder die belast is met de dagelijkse verzorging een opleiding uit categorie 2 heeft gehad. 1,2 geldt voor leerlingen van wie een van de ouders een opleiding heeft gevolgd uit categorie 1 en de andere ouder een opleiding uit categorie 1 of 2. De bestaande regeling bestaat uit de gewichten 0,25; 0,4; 0,7 en 0,9, waar 0,25 geldt voor autochtone leerlingen van wie de beide ouders laag opgeleid zijn en 0,9 voor leerlingen met een niet-Nederlandse culturele achtergrond die ook voldoen aan een van de volgende voorwaarden: minimaal een van de ouders heeft een schoolopleiding genoten tot het niveau van eindexamen vbo of de meest verdienende ouder oefent een beroep uit in loondienst (lichamelijke of handarbeid), of heeft geen inkomsten uit tegenwoordige arbeid.

In onderstaande tabellen is per jaar weergegeven wat het aantal leerlingen in de omringende scholen is en hoe de samenstelling is van de leerlingen naar leerlinggewicht. Ook hier is de nieuwe indeling van leerlinggewichten gehanteerd.

Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven								
Schooljaar 2002/2003								
	Manse		Piramide		Bommestein		Trinoom	
aantal	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	197	77%	62	39%	297	82%	165	93%
0.25	34	13%	22	14%	33	9%	3	2%
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%
0.90	25	10%	74	47%	31	9%	9	5%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Totaal	256		159		361		177	

Tabel 10 - Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven, schooljaar 2002/2003

Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven								
Schooljaar 2003/2004								
	Manse		Piramide		Bommestein		Trinoom	
aantal	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	156	75%	45	30%	300	83%	165	90%
0.25	22	11%	23	15%	29	8%	3	2%
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.90	29	14%	82	55%	32	9%	16	9%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Totaal	207		150		361		184	

Tabel 11 - Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven, schooljaar 2003/2004

Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven								
Schooljaar 2004/2005								

	<i>Manse</i>		<i>Piramide</i>		<i>Bommelstein</i>		<i>Trinoom</i>	
aantal	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	143	67%	44	30%	300	82%	185	90%
0.25	20	9%	17	11%	29	8%	2	1%
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.90	50	23%	88	59%	35	10%	19	9%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Totaal	213		149		364		206	

Tabel 12 - Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven, schooljaar 2004/2005

Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven								
Schooljaar 2005/2006								
	<i>Manse</i>		<i>Piramide</i>		<i>Bommelstein</i>		<i>Trinoom</i>	
aantal	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	133	63%	38	25%	247	78%	178	87%
0.25	10	5%	23	15%	28	9%	8	4%
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.90	67	32%	89	59%	42	13%	19	9%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Totaal	210		150		317		205	

Tabel 13 - Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven, schooljaar 2006/2007

Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven								
Schooljaar 2006/2007								
	<i>Manse</i>		<i>Piramide</i>		<i>Bommelstein</i>		<i>Trinoom</i>	
aantal	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	130	78%	42	30%	221	77%	179	88%
0.25	6	4%	7	5%	16	6%	8	4%
0.30	5	3%	11	8%	11	4%	3	1%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.90	24	14%	66	48%	35	12%	10	5%
1.20	2	1%	12	9%	4	1%	3	1%
Totaal	167		138		287		203	

Tabel 14 - Aantal leerlingen en leerlinggewicht per school weergeven, schooljaar 2006/2007

PO de Manse - Organisatie

Basisschool de Manse is onderdeel van het cluster Almere Buiten Noord.

Missie

Basisschool de Manse staat voor een plezierige, op zelfstandigheidsontwikkeling gerichte, veilige leeromgeving waar men elkaar respecteert, rekening houdt met ieders mogelijkheden en belangstelling en waar speciale aandacht is voor taalontwikkeling en creativiteit.

Er wordt naar gestreefd om op de Manse een sfeer te scheppen waarin ieder kind zich veilig en geaccepteerd voelt. Dit proberen ze onder meer te bereiken met behulp van duidelijke regels en

afspraken. De kinderen worden gestimuleerd om met elkaar samen te spelen en samen te werken, op basis van wederzijds respect. De sociaal emotionele ontwikkeling van kinderen wordt bevorderd door onder andere het gebruik van de methode Leefstijl.

Het onderwijs

De school bestaat uit zes groepen: twee groepen 1-2, een groep 3, een groep 4-5, een groep 5-6 en een groep 7-8. Elke groep wordt begeleid door een of twee leerkrachten. Daarnaast is aan de school voor een deel van de week een onderwijsassistente verbonden.

Uitgangspunten

Het onderwijs van de Manse is er op gericht uit kinderen te halen wat er in zit. Kinderen kunnen veel aan en van elkaar leren. In het onderwijs houdt de Manse nadrukkelijk rekening met deze uitgangspunten. Dit doen ze door aan te sluiten bij het niveau van het kind.

Profilering

De onderwijsinhoudelijke organisatie en zorgstructuur zijn zodanig van opzet, dat continuïteit in ontwikkeling zoveel mogelijk wordt gewaarborgd.

Er wordt geprobeerd, waar mogelijk in nauwe samenwerking met ouders, een bijdrage te leveren aan het optimaal kunnen functioneren van elk kind op zijn of haar eigen niveau. Daarbij wordt rekening gehouden met de verschillen in ontwikkeling, begaafdheid, belangstelling en motivatie. In de huidige maatschappij wordt veel van de deelnemers verwacht. De school draagt er zorg voor, dat de kinderen worden voorbereid op een zelfstandige, actieve rol in de maatschappij.

Huisvesting

De school is gehuisvest in een achtklassig gebouw in de Bouwmeesterbuurt. Centraal in de school ligt de gemeenschappelijke ruimte. Daar omheen zijn de klaslokalen en de speelzaal gesitueerd. De school heeft de beschikking over een groot schoolplein.

PO de Manse - Kerncijfers school

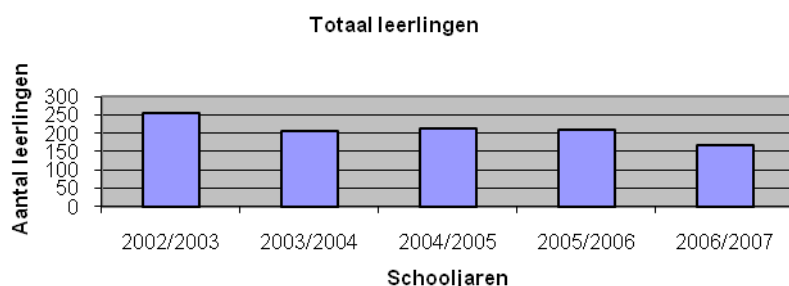
Onderstaande tabel geeft het totaal aantal leerlingen van schooljaar 2002/2003 t/m 2006/2007 aan, met daarbij de in- en uitstroomcijfers.

Leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal												
	2002/2003				2003/2004				2004/2005			
	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>
4 jaar	24	9%			22	11%			27	13%		
5 jaar	24	9%			17	8%			24	11%		
6 jaar	20	8%			23	11%			20	9%		
7 jaar	38	15%			19	9%			24	11%		
8 jaar	25	10%			33	16%			18	8%		
9 jaar	39	15%			24	12%			36	17%		
10 jaar	30	12%			31	15%			22	10%		
11 jaar	39	15%			29	14%			31	15%		
12 jaar	17	7%			9	4%			11	5%		
13 jaar	0	0%			0	0%			0	0%		
14 jaar	0	0%			0	0%			0	0%		
Totaal	256				207				213			

	2005/2006				2006/2007			
	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>
4 jaar	22	10%			20	12%		
5 jaar	27	13%			19	11%		
6 jaar	23	11%			25	15%		
7 jaar	21	10%			19	11%		
8 jaar	25	12%			15	9%		
9 jaar	25	12%			19	11%		
10 jaar	35	17%			17	10%		
11 jaar	22	10%			27	16%		
12 jaar	9	4%			5	3%		
13 jaar	1	0%			1	1%		
14 jaar	0	0%			0	0%		
Totaal	210				167			

Tabel 15 - Leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal op de Manse

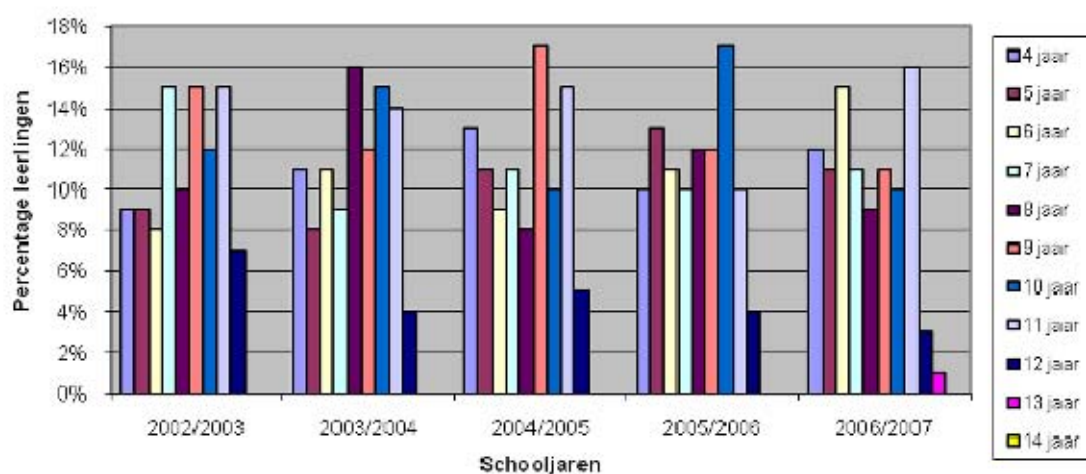
Onderstaande grafiek geeft aan hoeveel leerlingen er op de school zitten per schooljaar.



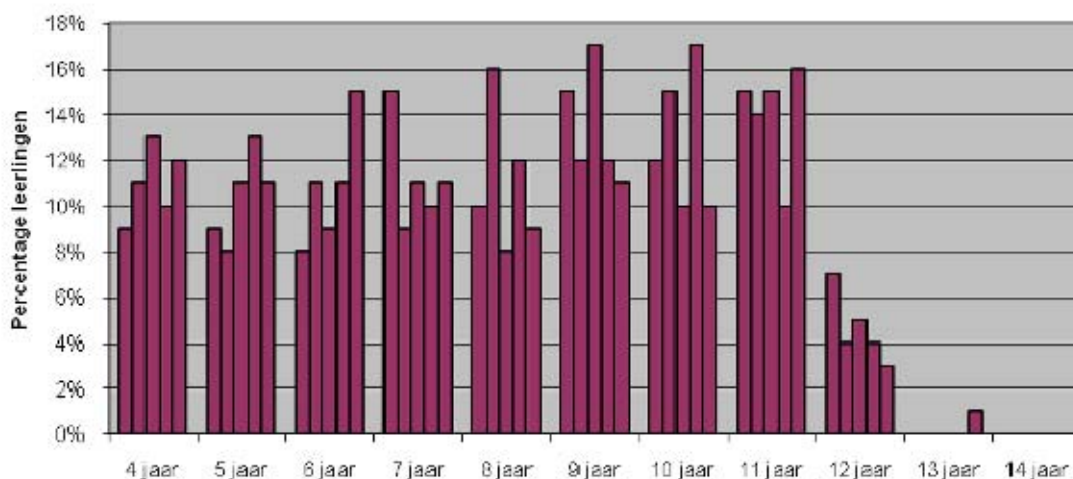
Figuur 23- Totaal aantal leerlingen de Manse

Het totaal aantal leerlingen op de Manse is de afgelopen jaren gedaald. In vergelijking met het schooljaar 2002/2003 waren er in het schooljaar 2006/2007 89 leerlingen minder (circa 35%).

De eerste grafiek hieronder geeft de leeftijd weer van de leerlingen per schooljaar. In de grafiek daarna staan de leeftijdsgroepen bij elkaar. Elke kolom geeft daarbij een schooljaar weer.



Figuur 24- Percentage leerlingen naar leeftijd per schooljaar op de Manse



Figuur 25- Percentage leerlingen naar leeftijd per leeftijdscategorie op de Manse

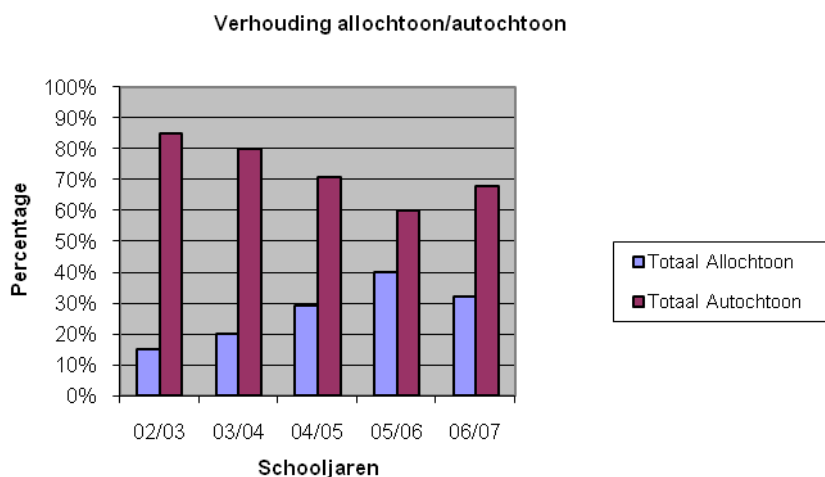
Hieronder staat een tabel met het totaal aantal leerlingen gesplitst op land van herkomst. Het aantal allochtone en autochtone leerlingen. De allochtone leerlingen zijn onderverdeeld in de gangbare beleidsindeling van etnische groepen gebruik makend van de cijfers van het CFI⁵⁶.

Leerlingen per schooljaar naar land van herkomst in percentage										
	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Nederlands	218	85%	166	80%	151	71%	126	60%	114	68%
Antilliaans/Arubaans	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Surinaams	18	7%	19	9%	21	10%	23	11%	22	13%
Turks	3	1%	2	1%	2	1%	2	1%	2	1%
Marokkaans	3	1%	0	0%	2	1%	2	1%	3	2%
Afrikaans	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%	3	2%
Overig niet-westers	13	5%	19	9%	34	16%	46	22%	20	12%
Overig westers	3	1%	2	1%	2	1%	8	4%	3	2%
Totaal Allochtoon	38	15%	41	20%	62	29%	84	40%	53	32%
Totaal Autochtoon	218	85%	166	80%	151	71%	126	60%	114	68%

Tabel 16 - Aantal leerlingen per schooljaar naar land van herkomst in percentage op de Manse

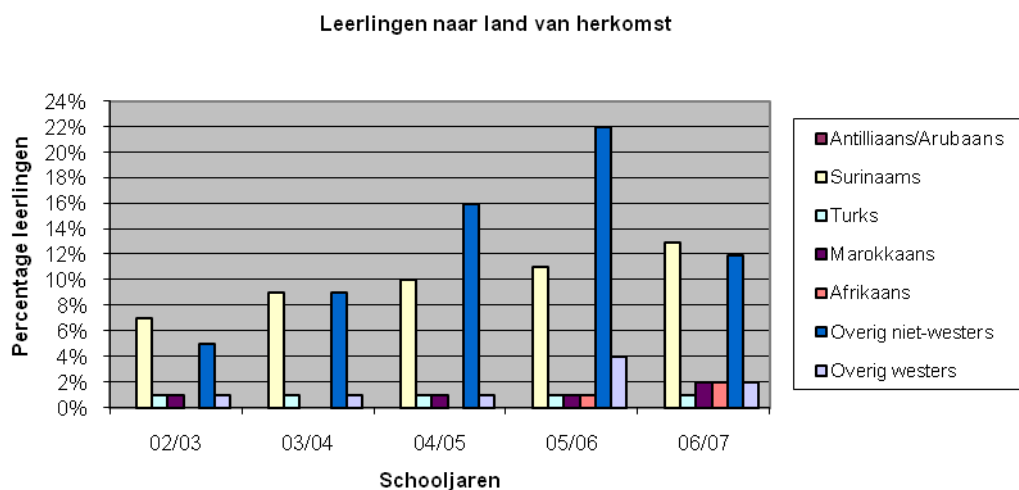
Onderstaande grafiek geeft de verdeling aan tussen de allochtone en autochtone leerlingen per schooljaar.

⁵⁶ Het CFI is een instelling die diverse producten, diensten en publicaties op het terrein van onderwijs en financiën levert.



Figuur 26 - Verhouding allochtoon/autochtoon op de Manse

Onderstaande grafiek geeft het totaal aantal allochtone leerlingen weer, gesplitst op land van herkomst.



Figuur 27 - Leerling naar land van herkomst op de Manse

Hieronder staan een aantal algemene kenmerken van de school weergegeven.

Schoolindicatoren per schooljaar					
	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
Leerlingen					
percentage gewichtenleerlingen	23%	25%	33%	37%	22%
percentage leerlingen onderbouw	41%	39%	45%	44%	50%
groei/krimp aantal leerlingen	-3%	-19%	3%	-1%	-20%
belangstellingspercentage	37%	32%	31%	29%	27%
Personeel					
managementratio	12%	12%	16%	17%	10%
OOP-ratio	29%	18%	17%	11%	15%
mobilitateitsratio	0%	0%	0%	0%	0%
parttimerratio	47%	38%	46%	38%	45%
gemiddelde leeftijd personeel	37,5	35,8	35,6	36,2	36,9

Tabel 17 - Schoolindicatoren per schooljaar van de Manse

Herkomst leerlingen					
	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>
101 Centrum Almere Haven					
102 De Werven					
103 De Hoven					
104 De Meenten					
105 De Grienden					
106 De Marken					
107 De Gouwen					
108 De Wierden					
109 De Velden					
201 Centrum Almere Stad					
202 Filmwijk					2
203 Danswijk					
204 Parkwijk					
205 Verzetswijk					
206 Waterwijk					
207 Tussen de vaarten noord	10	9	16	32	1
208 Tussen de vaarten zuid					
209 Staatsliedenwijk					
210 Kruidenwijk			3	3	3
211 Stedenwijk		1	1	1	
212 Muziekwijk Noord				1	1
213 Muziekwijk Zuid					
214 Literatuurwijk					
215 Noorderplassen				2	1
301 Centrum Almere Buiten					
302 Oostvaardersbuurt	3	2	6	6	5
303 Seizoenenbuurt	7	7	6	3	2
304 Molenbuurt	4	4	2	1	2
305 Bouwmeesterbuurt	222	181	174	156	143
306 Landgoederenbuurt	3	1		2	6
307 Faunabuurt			1	2	1
308 Bloemenbuurt					
309 Regenboogbuurt	1		1		
311 Eilandenbuurt		2	1	1	1
312 Stripheldenbuurt					
502 Vogelhorst					
Overig	5		2		

Tabel 18 - Herkomst leerlingen naar buurt op de Manse

PO de Manse - Kerncijfers kwaliteit

Voor de analyse van kwaliteit van basisscholen de Manse, de Trinoom en de Piramide zijn de gegevens gebruikt uit het jaarlijks kwaliteitsonderzoek schooljaar 2006/2007 van de Inspectie van het Onderwijs.

In de waardering op de indicatoren is tot uitdrukking gebracht in welke mate deze bijdragen aan de kwaliteit van het desbetreffende kwaliteitsaspect:

1. Draagt niet of nauwelijks bij;
2. Draagt onvoldoende bij;

3. Draagt voldoende bij;
4. Draagt in hoge mate bij;
5. Niet te beoordelen (alleen bij Resultaten en Ontwikkeling van leerlingen).

Deze waardering is gegeven indien de school geen betrouwbare en valide gegevens over haar opbrengsten beschikbaar heeft.

Alleen de gegevens die van belang zijn voor het onderzoek worden hieronder weergegeven.

Kwaliteitszorg	1	2	3	4
1.1 De school heeft inzicht in de verschillen in onderwijsbehoeften van haar leerlingenpopulatie.			•	
1.2 De school evalueert jaarlijks systematisch de kwaliteit van haar opbrengsten.		•		
1.3 De school evalueert regelmatig het leren en onderwijzen.		•		
1.4 De school werkt planmatig aan verbeteractiviteiten.				•
1.5 De school borgt de kwaliteit van het leren en onderwijzen.			•	
1.6 De school rapporteert aan belanghebbenden inzichtelijk over de gerealiseerde kwaliteit van het onderwijs.			•	
1.7 De school waarborgt de sociale veiligheid voor leerlingen en personeel.		•		

Tabel 19 - Kwaliteitszorg van de Manse

Resultaten	1	2	3	4	5
12.1 De resultaten van de leerlingen aan het eind van de schoolperiode liggen ten minste op het niveau dat op grond van de kenmerken van de leerlingenpopulatie mag worden verwacht.			•		
12.2 De sociale vaardigheden van de leerlingen liggen op een niveau dat mag worden verwacht.					•

Tabel 20 – Kwaliteit van de resultaten van de Manse

Ontwikkeling van leerlingen	1	2	3	4	5
13.1 De resultaten van de leerlingen voor Nederlandse taal en voor rekenen en wiskunde tijdens de schoolperiode liggen ten minste op het niveau dat op grond van de kenmerken van de leerlingenpopulatie mag worden verwacht.			•		
13.3 De leerlingen doorlopen in beginsel de school binnen de verwachte periode van 8 jaar.			•		

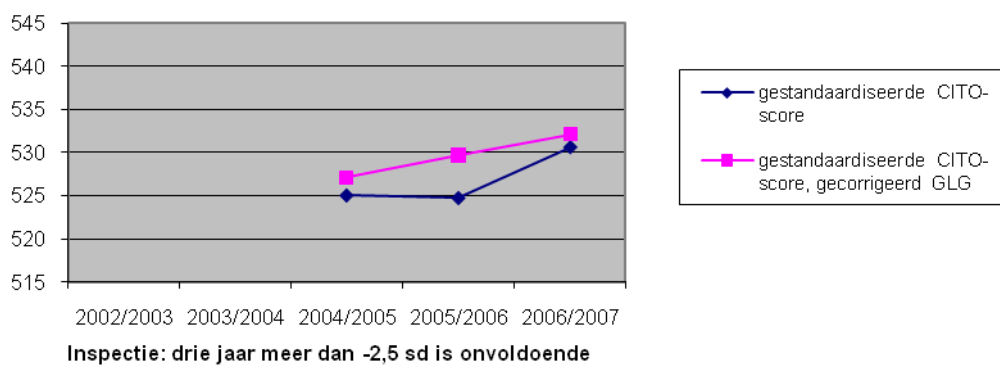
Tabel 21 – Kwaliteit van de ontwikkeling van leerlingen op de Manse

Cito eindtoets			
A. Deelname aan CITO-eindtoets basisonderwijs			
totaal aantal leerlingen in leerjaar 8	35	22	28
leerlingen eindtoets/niveautoets WEL gemaakt	35	22	28
leerlingen eindtoetsniveautoets NIET gemaakt	0	0	0
B. Scores CITO-eindtoets ALLE leerlingen - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score	525	524,7	530,6
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG	527,1	529,7	532,1
gemiddeld percentage goed: taal	59%	60%	68%

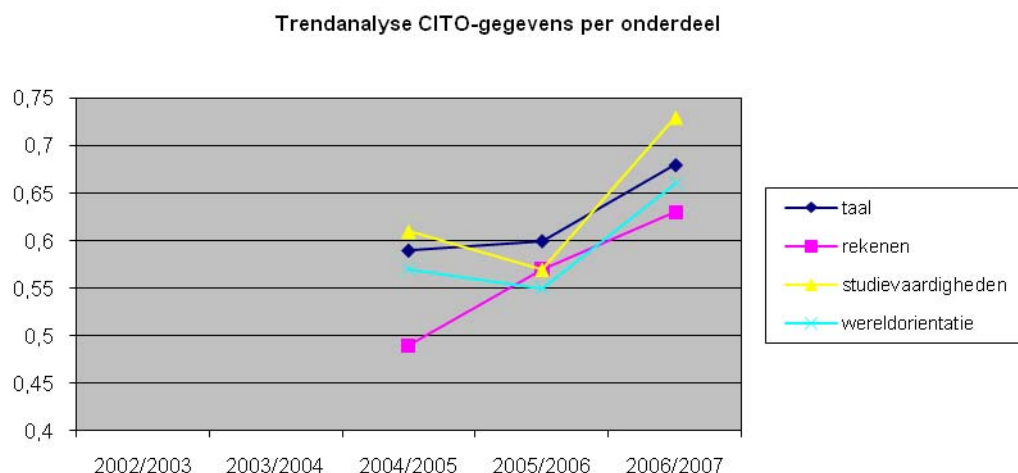
gemiddeld percentage goed: rekenen	49%	57%	63%
gemiddeld percentage goed: studievaardigheden	61%	57%	73%
gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie	57%	55%	66%
C. Kenmerken deelnemers CITO-eindtoets basisonderwijs			
deelnemers niveautoets			
deelnemers < 4 jaar in NL			
deelnemers geïndiceerd/beschikking praktijkonderwijs			
deelnemers geïndiceerd LWOO			
D. Herberekende scores CITO-eindtoets (d.i. Lwoo geïndic. en < 4 jaar op school niet meegenomen) - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score			
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG			535,3
gemiddeld percentage goed: taal			
gemiddeld percentage goed: rekenen			
gemiddeld percentage goed: studievaardigheden			
gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie			
E. Scholengroep van de school			
scholengroep	3	5	2

Tabel 22 - Resultaten CITO-toets van de Manse

Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score



Figuur 28 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Manse



Figuur 29 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Manse

PO de Trinoom - Organisatie

Het montessorionderwijs neemt in Almere een aparte plaats in. Op dit moment zijn er drie montessoribasisscholen, in elke stadskern één. De Trinoom in Almere Buiten bestaat ruim vijftien jaar en wordt grotendeels bezocht door kinderen uit Almere Buiten (een aantal kinderen komt uit Almere Stad en een enkele uit Almere-Haven).

De school zelf bestaat uit een grote centrale ruimte waar klaslokalen omheen gegroepeerd zijn. In de grote middenruimte bevindt zich de bibliotheek. Een brede gang met klaslokalen voor midden- en onderbouw leidt naar het speellokaal van de kleuters. Ook buiten de leslokalen zijn er werkplekken voor kinderen, zoals werktafels op de gang en in de middenruimte. Op diverse plaatsen zijn werkplekken met computers ingericht. De Trinoom heeft acht groepen en deze zijn als volgt verdeeld:

- ⌘ twee onderbouwgroepen;
- ⌘ drie middenbouwgroepen;
- ⌘ drie bovenbouwgroepen.

De Trinoom is een openbare basisschool. Het bestuur van het openbaar onderwijs in Almere is in handen van de Almeerse Scholen Groep.

Het team

Het team wordt gevormd door diverse geledingen: directie, leerkrachten, onderwijsassistenten, vakleerkrachten, algemene ondersteuning en stagiaires. Samen vormen zij het gezicht van de school en dragen zorg voor de kwaliteit, de organisatie, de sfeer en de leerlingenbegeleiding.

Missie

Montessorischool de Trinoom stelt zich als doel het bieden van goed montessorionderwijs: het optimaal benutten van de mogelijkheden van ieder kind volgens de onderwijsmethode van Maria Montessori. Als richtlijn gebruiken zij daarbij de landelijk vastgestelde onderwijskundige kerndoelen. Deze kerndoelen gelden voor alle scholen.

Het pakket pedagogische en didactische taken gaat hand in hand met sociale, culturele en creatieve vorming. De ontwikkeling van het kind tot zelfstandige, sociale en nieuwsgierige mensen staat centraal, waarbij ze hopen een evenwicht te bereiken in kennis, emotionele en sociale vaardigheden. Zelfstandigheid betekent voor de Trinoom: het eigen inzicht kunnen en willen volgen, onafhankelijk en weerbaar zijn, waarbij rekening wordt gehouden met de eigenheid van ieder kind.

Sociaal betekent voor de Trinoom: plezier hebben in de omgang en het samenwerken met kinderen en volwassenen, waarbij er respect is voor elkaars verschillen.

Onder nieuwsgierig verstaat de Trinoom: blijvend plezier hebben in nieuwe dingen.

Basisschool de Trinoom wil graag een afspiegeling zijn van een samenleving waarin samenwerking, solidariteit en gelijkwaardigheid belangrijke waarden zijn.

Deze doelen worden bereikt door:

- ☞ Te werken met moderne methode en materialen die bij de werkwijze aansluiten. Dit wordt aangevuld met andere geschikte middelen. Er wordt gebruik gemaakt van een reken-, taal- en leesmethode en een methode voor wereldoriëntatie. Vooral in de onder- en middenbouw werken kinderen ook met specifieke montessorimaterialen;
- ☞ Een aantrekkelijke leeromgeving aan kinderen te bieden. De omgeving moet veilig, kindvriendelijk en stimulerend zijn;
- ☞ In de samenwerking met ouders elkaar als pedagogische partners te zien die streven naar het realiseren van een leefwereld voor het kind waarin het optimaal kan ontwikkelen;
- ☞ Betrokkenheid van ouders bij het reilen en zeilen van de school te stimuleren: ouderhulp is essentieel en onmisbaar;
- ☞ Het onderwijs te laten verzorgen door een goed en betrokken team. Leerkrachten moeten in de gelegenheid worden gesteld zich d.m.v. na- en bijscholing extra te bekwamen.

PO de Trinoom - Kerncijfers school

Onderstaande tabel geeft het totaal aantal leerlingen van schooljaar 2002/2003 t/m 2006/2007 aan, met daarbij de in- en uitstroomcijfers.

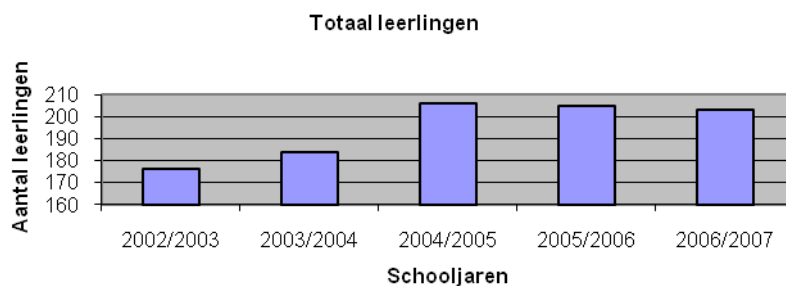
Leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal												
	2002/2003				2003/2004				2004/2005			
	aantal	%	in	uit	aantal	%	in	uit	aantal	%	in	uit
4 jaar	17	10%			21	11%			26	13%		
5 jaar	22	13%			22	12%			19	9%		
6 jaar	22	13%			23	13%			21	10%		
7 jaar	19	11%			23	13%			29	14%		
8 jaar	26	15%			22	12%			24	12%		
9 jaar	25	14%			27	15%			22	11%		
10 jaar	20	11%			27	15%			32	16%		
11 jaar	21	12%			17	9%			26	13%		
12 jaar	4	2%			2	1%			7	3%		
13 jaar	0	0%			0	0%			0	0%		
14 jaar	0	0%			0	0%			0	0%		
Totaal	176				184				206			

	2005/2006				2006/2007			
	aantal	%	in	uit	aantal	%	in	uit
4 jaar	21	10%			26	13%		

5 jaar	31	15%	22	11%
6 jaar	18	9%	27	13%
7 jaar	21	10%	18	9%
8 jaar	28	14%	23	11%
9 jaar	23	11%	29	14%
10 jaar	25	12%	24	12%
11 jaar	34	17%	25	12%
12 jaar	4	2%	9	4%
13 jaar	0	0%	0	0%
14 jaar	0	0%	0	0%
Totaal	205		203	

Tabel 23 - Leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal op de Trinoom

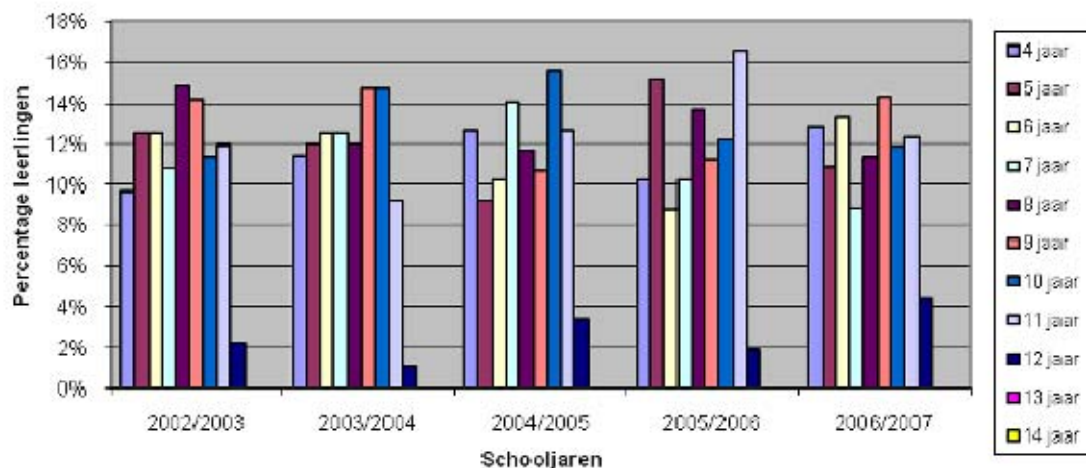
Onderstaande grafiek geeft aan hoeveel leerlingen er op de school zitten per schooljaar.



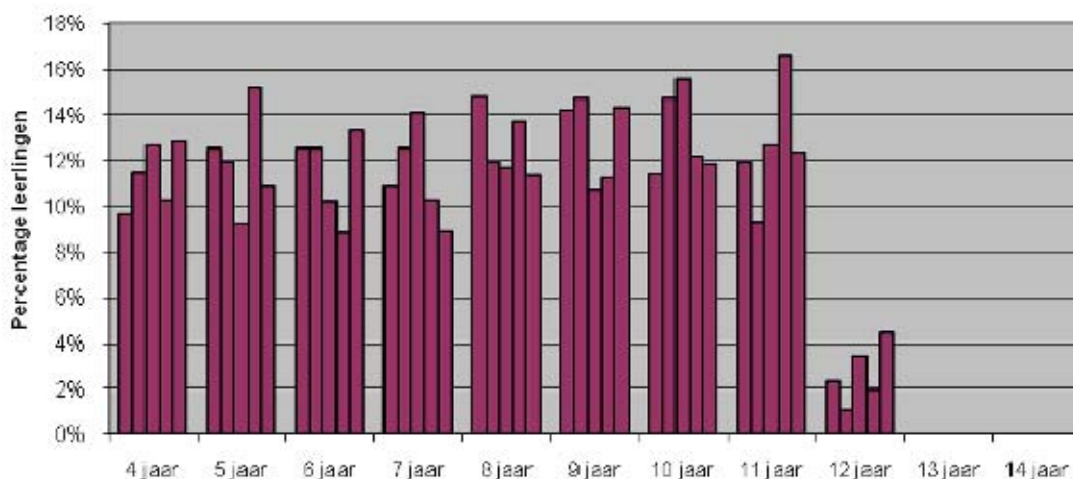
Figuur 30 - Totaal aantal leerlingen de Trinoom

Uit bovenstaande tabel en grafiek kan worden opgemaakt dat het aantal leerlingen op basisschool de Trinoom de afgelopen schooljaren is gestegen met circa 17,5%.

De eerste grafiek hieronder geeft de leeftijd weer van de leerlingen per schooljaar. In de grafiek daarna staan de leeftijdsgroepen bij elkaar. Elke kolom geeft daarbij een schooljaar weer.



Figuur 31 - Percentage leerlingen naar leeftijd, per schooljaar op de Trinoom



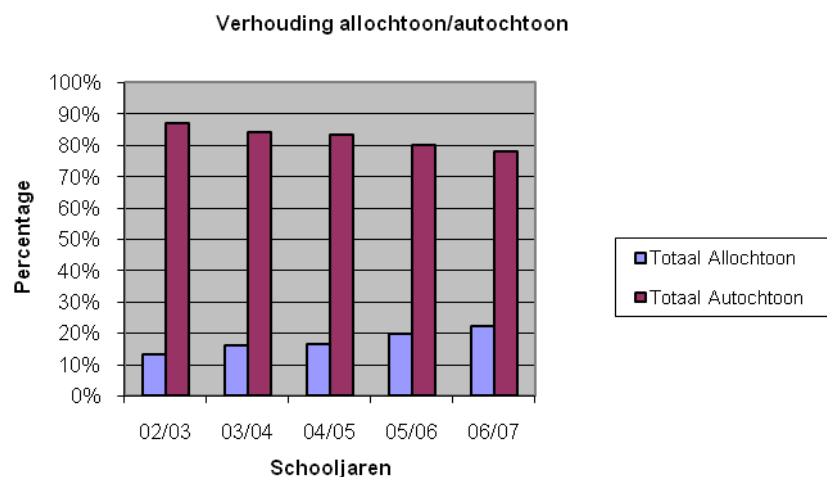
Figuur 32 - Percentage leerlingen naar leeftijd op de Trinoom

Hieronder staat een grafiek met het totaal aantal leerlingen gesplitst op land van herkomst. Het aantal allochtone en autochtone leerlingen. De allochtone leerlingen zijn onderverdeeld in de gangbare beleidsindeling van etnische groepen gebruik makend van de cijfers van het CFI.

Leerlingen per schooljaar naar land van herkomst in percentage										
	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Nederlands	153	87%	155	84%	171	83%	164	80%	158	78%
Antilliaans/Arubaans	3	2%	2	1%	2	1%	2	1%	2	1%
Surinaams	3	2%	4	2%	5	2%	10	5%	14	7%
Turks	2	1%	5	3%	4	2%	4	2%	3	1%
Marokkaans	1	1%	2	1%	2	1%	1	0%	1	0%
Afrikaans	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Overig niet-westers	7	4%	9	5%	14	7%	16	8%	13	6%
Overig westers	7	4%	7	4%	7	3%	7	3%	7	3%
Totaal Allochtoon	23	13%	29	16%	34	17%	40	20%	45	22%
Totaal Autochtoon	153	87%	155	84%	171	83%	164	80%	158	78%

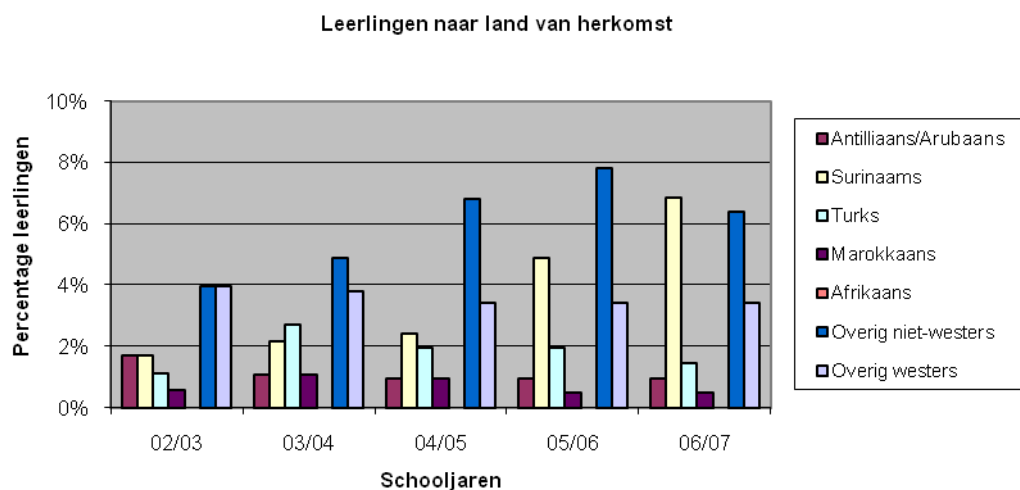
Tabel 24 - Leerlingen per schooljaar naar land van herkomst in percentage op de Trinoom

Onderstaande grafiek geeft de verdeling aan tussen de allochtone en autochtone leerlingen per jaar.



Figuur 33 - Verhouding allochtonen/autochtonen op de Trinoom

Onderstaande grafiek weergeeft het totaal aantal allochtone leerlingen gesplitst op land van herkomst.



Figuur 34 - Leerlingen naar land van herkomst op de Trinoom

Uit bovenstaande grafiek kan worden opgemaakt dat –verhoudingsgewijs– de meeste leerlingen op basisschool de Trinoom de Surinaamse etniciteit heeft.

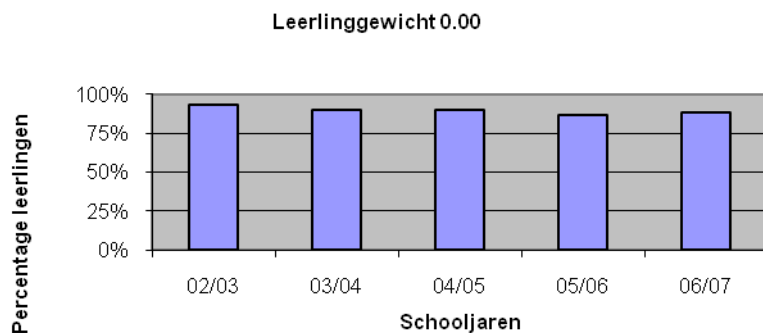
Het leerlingenaantal is hieronder toegespitst op het leerlinggewicht. Deze onderverdeling wordt gemaakt in zeven categorieën. Hierbij is gebruik gemaakt van de nieuwe indeling van leerlinggewichten. Het aantal leerlingen staat per schooljaar weergegeven.

Leerlingen per schooljaar en gewicht, in aantal en percentage										
gewicht	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	165	93%	165	90%	185	90%	178	87%	179	88%
0.25	3	2%	3	2%	2	1%	8	4%	8	4%
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

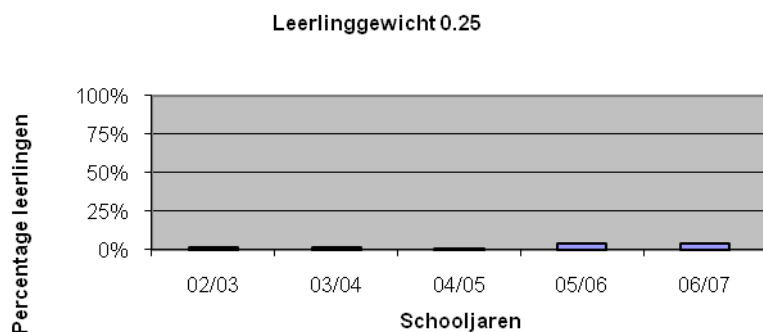
0.90	9	5%	16	9%	19	9%	19	9%	10	5%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
Totaal	177		184		206		205		203	

Tabel 25 - Leerlingen per schooljaar en gewicht, in aantal en percentage op de Trinoom

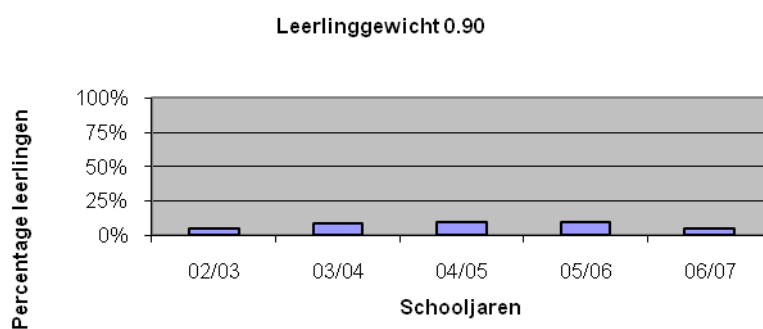
Onderstaande grafieken geven het aantal leerlingen aan met leerlinggewicht 0.00, 0.25 en 0.90.



Figuur 35 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.00 op de Trinoom



Figuur 36 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.25 op de Trinoom



Figuur 37 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.90 op de Trinoom

Uit bovenstaande tabel en grafieken kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De meeste leerlingen op basisschool de Trinoom vallen onder het leerlinggewicht 0.00 en behoren dus niet tot de doelgroep van het onderwijsachterstandenbeleid;
- ⌘ Circa 4% van het aantal leerlingen behoort tot het leerlinggewichtfactor 0.25;
- ⌘ Circa 5% van het aantal leerlingen behoort tot het leerlinggewichtfactor 0.90.

Hieronder staan een aantal algemene kenmerken van de school weergegeven.

Herkomst leerlingen					
	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>
101 Centrum Almere Haven					
102 De Werven					
103 De Hoven					1
104 De Meenten					
105 De Grienden			1	1	
106 De Marken					
107 De Gouwen					1
108 De Wierden					1
109 De Velden					
201 Centrum Almere Stad					2
202 Filmwijk	2	3	3	2	
203 Danswijk		1	1		
204 Parkwijk					2
205 Verzetswijk				1	2
206 Waterwijk	4	3	4	5	4
207 Tussen de vaarten noord	3	4	9	6	1
208 Tussen de vaarten zuid	1	1	4	4	1
209 Staatsliedenwijk					
210 Kruidenwijk	1	1	1	1	2
211 Stedenwijk				2	
212 Muziekwijk Noord					
213 Muziekwijk Zuid					
214 Literatuurwijk					
215 Noorderplassen			1	1	
301 Centrum Almere Buiten					
302 Oostvaardersbuurt	2	4	6	6	8
303 Seizoenenbuurt	19	20	17	11	11
304 Molenbuurt	7	7	7	6	4
305 Bouwmeesterbuurt	78	87	95	93	101
306 Landgoederenbuurt	22	23	29	29	24
307 Faunabuurt	8	8	9	5	9
308 Bloemenbuurt	2	2	3	4	7
309 Regenboogbuurt	19	18	15	15	15
311 Eilandenbuurt	1	2	1	2	3
312 Stripheldenbuurt				2	
502 Vogelhorst					
Overig	6			2	4

Tabel 26 - Herkomst leerlingen van de Trinoom naar wijken in Almere

PO de Trinoom - Kerncijfers kwaliteit

Kwaliteitszorg	1	2	3	4
1.1 De school heeft inzicht in de verschillen in onderwijsbehoeften van haar leerlingenpopulatie.		●		
1.2 De school evalueert jaarlijks systematisch de kwaliteit van haar opbrengsten.		●		
1.3 De school evalueert regelmatig het leren en onderwijzen.		●		
1.4 De school werkt planmatig aan verbeteractiviteiten.			●	
1.5 De school borgt de kwaliteit van het leren en onderwijzen.			●	
1.6 De school rapporteert aan belanghebbenden inzichtelijk over de gerealiseerde kwaliteit van het onderwijs.			●	
1.7 De school waarborgt de sociale veiligheid voor leerlingen en personeel.			●	
1.8 De school draagt zorg voor de kwaliteit van het onderwijs gericht op bevordering van sociale integratie en actief burgerschap, met inbegrip van het overdragen van kennis over en kennismaking met de diversiteit in de samenleving.			●	

Tabel 27 - Kwaliteitszorg op de Trinoom

Resultaten	1	2	3	4	5
12.1 De resultaten van de leerlingen aan het eind van de schoolperiode liggen ten minste op het niveau dat op grond van de kenmerken van de leerlingenpopulatie mag worden verwacht.			●		
12.2 De sociale vaardigheden van de leerlingen liggen op een niveau dat mag worden verwacht.					●

Tabel 28 - Resultaten op de Trinoom

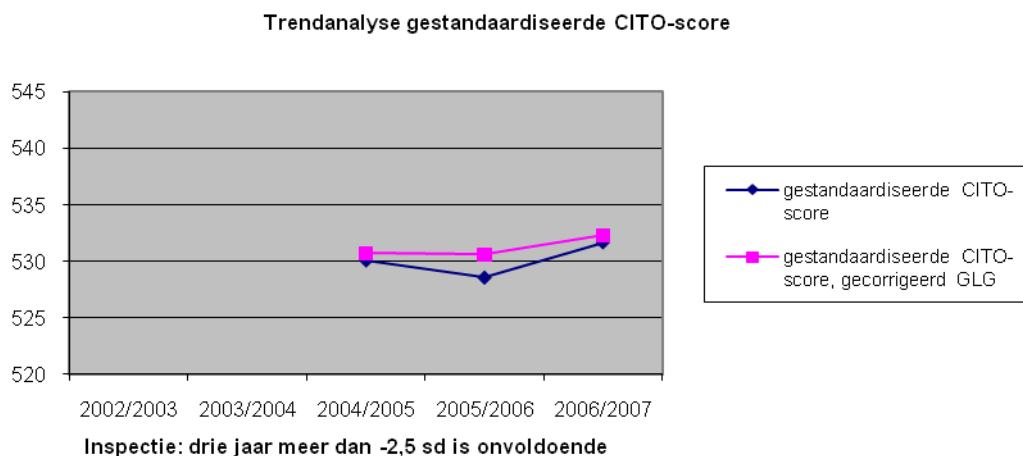
Ontwikkeling van leerlingen	1	2	3	4	5
13.1 De resultaten van de leerlingen voor Nederlandse taal en voor rekenen en wiskunde tijdens de schoolperiode liggen ten minste op het niveau dat op grond van de kenmerken van de leerlingenpopulatie mag worden verwacht.			●		
13.3 De leerlingen doorlopen in beginsel de school binnen de verwachte periode van 8 jaar.			●		

Tabel 29 – Ontwikkeling van leerlingen op de Trinoom

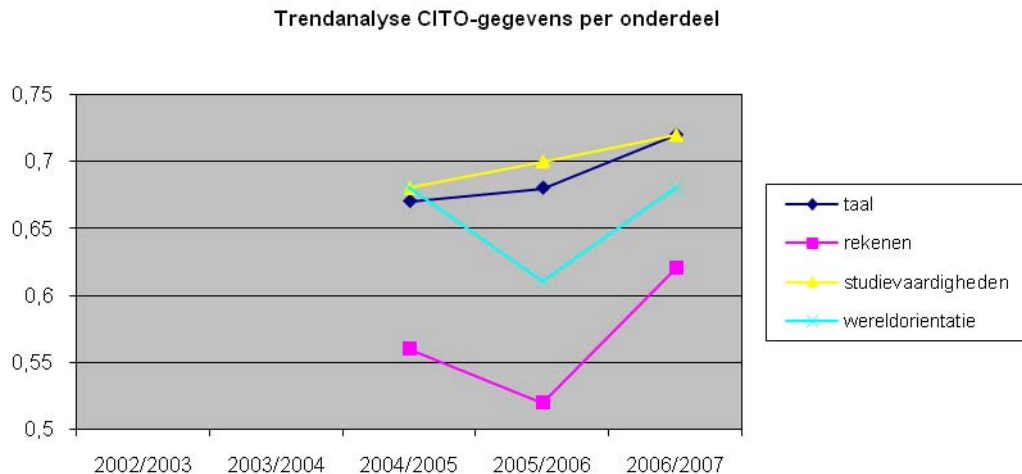
Cito eindtoets			
A. Deelname aan CITO-eindtoets basisonderwijs			
totaal aantal leerlingen in leerjaar 8	32	27	29
leerlingen eindtoets/niveautoets WEL gemaakt	26	21	23
leerlingen eindtoetsniveautoets NIET gemaakt	6	6	6
B. Scores CITO-eindtoets ALLE leerlingen - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score	530,1	528,6	531,7
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG	530,7	530,6	532,3
gemiddeld percentage goed: taal	67%	68%	72%
gemiddeld percentage goed: rekenen	56%	52%	62%
gemiddeld percentage goed: studievevaardigheden	68%	70%	72%

gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie	68%	61%	68%
C. Kenmerken deelnemers CITO-eindtoets basisonderwijs			
deelnemers niveautoets			
deelnemers < 4 jaar in NL			
deelnemers geïndiceerd/beschikking praktijkonderwijs			
deelnemers geïndiceerd LWOO			
D. Herberekende scores CITO-eindtoets (d.i. Lwoo geïndic. en < 4 jaar op school niet meegenomen) - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score			
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG			
gemiddeld percentage goed: taal			
gemiddeld percentage goed: rekenen			
gemiddeld percentage goed: studievvaardigheden			
gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie			
E. Scholengroep van de school			
scholengroep	2	1	2

Tabel 30 - Resultaten CITO-toets van de Trinoom



Figuur 38 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Trinoom



Figuur 39 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Trinoom

Uit bovenstaande tabel en grafieken kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De gemiddelde CITO-score is de afgelopen jaren licht gestegen;
- ⌘ Op de onderdelen rekenen en wereldoriëntatie scoren de leerlingen de laatste schooljaren beter.

De Piramide - Organisatie

De Piramide (team en ouders) wil dat de school een veilige plek is voor iedereen die er gebruik van maakt. Daarnaast willen zij dat leerkrachten, leerlingen en ouders elkaar met respect behandelen. Ook willen zij onderwijs op maat geven omdat zij het belangrijk vinden dat de mogelijkheden van elk kind benut worden.

De Piramide is een buurtschool. In de buurt ontmoet zijn veel verschillende culturen. Met het onderwijs van de Piramide wil het team "uit het kind halen wat erin zit". Zij houden rekening met verschillen tussen kinderen. De verschillen kunnen in aanleg, tempo, motivatie, interesse en leerstijl zijn. Dit wordt adaptief onderwijs genoemd. De Piramide vindt het voorwaardelijk aan hun manier van werken dat de school voor alle kinderen een veilige plek is waar iedereen zich geaccepteerd voelt. Dit wil de Piramide bewerkstelligen door samen met de ouders te werken aan een goede omgeving voor de kinderen.

De Piramide wil de volgende doelen bereiken:

- ⌘ Leren dat hij/zij(leerling) vertrouwt op zijn/haar capaciteiten;
- ⌘ Leren dat hij/zij problemen weet aan te pakken en op te lossen;
- ⌘ Leren dat hij/zij weet en voelt dat hij/zij als mens gewaardeerd wordt.

Deze doelen worden bereikt door:

- ⌘ Verschillende groeperings-, werk- en organisatievormen;
- ⌘ Middelen die ons kwaliteitsbeleid (beleid gericht op verbetering) en onze kwaliteitszorg (alle activiteiten die erop gericht zijn om informatie te verzamelen over de kwaliteit) bewaken en vergroten;
- ⌘ Bewuste aandacht voor onze pedagogische doelen.

De Piramide - Kerncijfers school

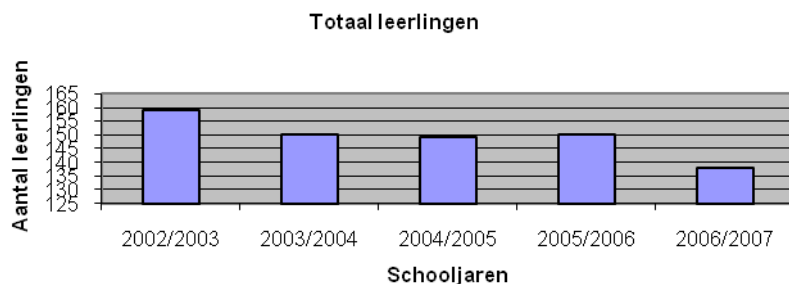
Onderstaande tabel geeft het totaal aantal leerlingen van schooljaar 2002/2003 t/m 2006/2007 aan, met daarbij de in- en uitstroomcijfers.

leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal												
	2002/2003				2003/2004				2004/2005			
	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>	<i>aantal</i>	<i>%</i>	<i>in</i>	<i>uit</i>
4 jaar	12	8%			10	7%			21	14%		
5 jaar	14	9%			15	10%			12	8%		
6 jaar	13	8%			15	10%			11	7%		
7 jaar	21	13%			15	10%			15	10%		
8 jaar	22	14%			21	14%			15	10%		
9 jaar	23	14%			21	14%			19	13%		
10 jaar	15	9%			26	17%			21	14%		
11 jaar	25	16%			13	9%			27	18%		
12 jaar	13	8%			13	9%			5	3%		
13 jaar	1	1%			1	1%			3	2%		
14 jaar	0	0%			0	0%			0	0%		
Totaal	159				150				149			

	2005/2006				2006/2007			
	aantal	%	in	uit	aantal	%	in	uit
4 jaar	18	12%			14	10%		
5 jaar	18	12%			21	15%		
6 jaar	17	11%			19	14%		
7 jaar	13	9%			14	10%		
8 jaar	14	9%			15	11%		
9 jaar	19	13%			15	11%		
10 jaar	22	15%			15	11%		
11 jaar	18	12%			18	13%		
12 jaar	10	7%			7	5%		
13 jaar	1	1%			0	0%		
14 jaar	0	0%			0	0%		
Totaal	150				138			

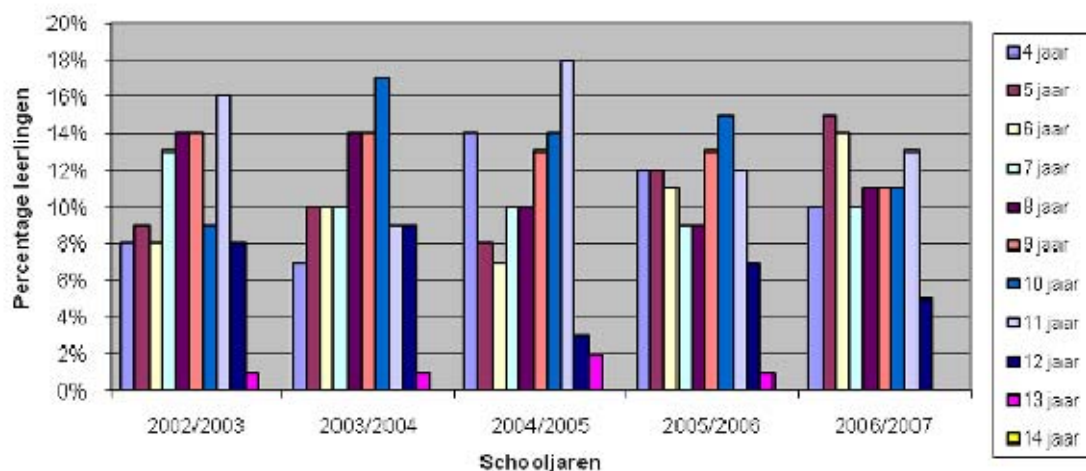
Tabel 31 - Leerlingen per schooljaar in leeftijd en aantal op de Piramide

De onderstaande grafiek geeft aan hoeveel leerlingen er op de school zitten per schooljaar.

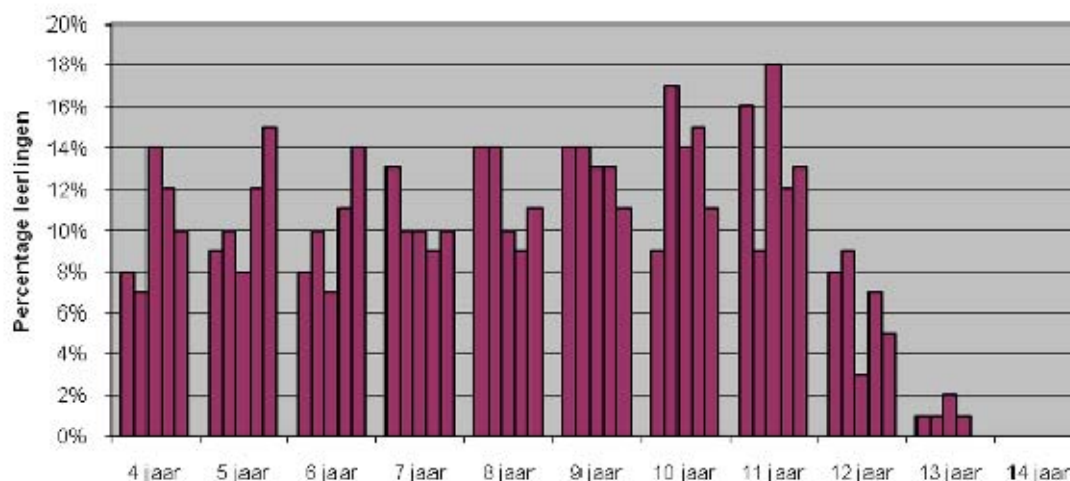


Figuur 40 - Totaal aantal leerlingen op de Piramide

De eerste grafiek hieronder geeft de leeftijd weer van de leerlingen per schooljaar. In de grafiek daarna staan de leeftijdsgroepen bij elkaar. Elke kolom geeft daarbij een schooljaar weer.



Figuur 41 - Percentage leerlingen in leeftijd per schooljaar op de Piramide



Figuur 42 - Percentage leerlingen per leeftijd op de Piramide

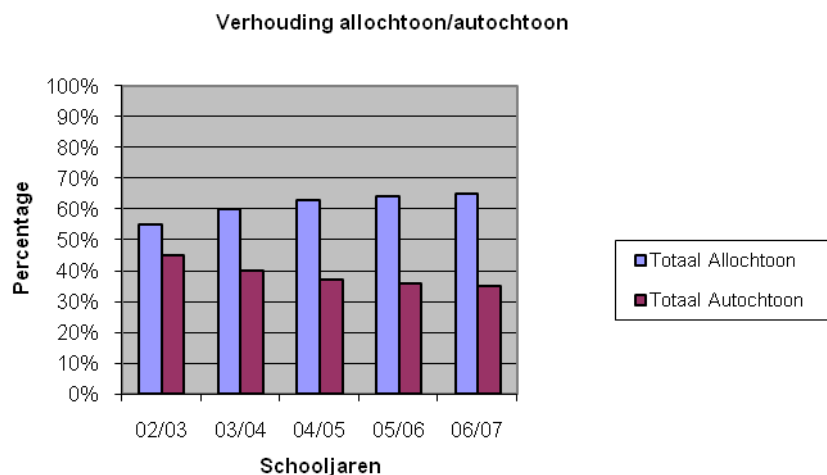
Onderstaande grafiek weergeeft het totaal aantal leerlingen gesplitst op land van herkomst. Het aantal allochtone en autochtone leerlingen. De allochtone leerlingen zijn onderverdeeld in de gangbare beleidsindeling van etnische groepen gebruik makend van de cijfers van het CFI.

Leerlingen per schooljaar naar land van herkomst in percentage										
	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Nederlands	72	45%	60	40%	55	37%	54	36%	48	35%
Antilliaans/Arubaans	6	4%	6	4%	4	3%	6	4%	7	5%
Surinaams	19	12%	20	13%	19	13%	26	17%	22	16%
Turks	2	1%	0	0%	1	1%	2	1%	0	0%
Marokkaans	8	5%	8	5%	9	6%	8	5%	7	5%
Afrikaans	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Overig niet-westers	46	29%	51	34%	54	36%	51	34%	52	38%

Overig westers	6	4%	6	4%	6	4%	5	3%	1	1%
Totaal Allochtoon	87	55%	90	60%	94	63%	96	64%	90	65%
Totaal Autochtoon	72	45%	60	40%	55	37%	54	36%	48	35%

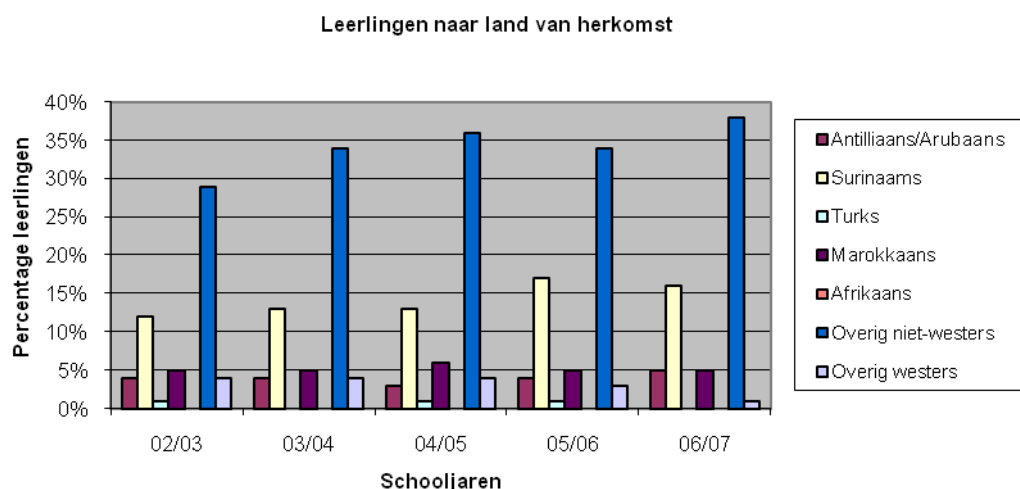
Tabel 32 - Leerlingen per schooljaar naar land van herkomst op de Piramide

Onderstaande grafiek geeft de verdeling aan tussen de allochtone en autochtone leerlingen per jaar.



Figuur 43 - Verhouding allochtonen/autochtonen op de Piramide

Onderstaande grafiek geeft het totaal aantal allochtone leerlingen gesplitst op land van herkomst weer.



Figuur 44 - Leerlingen naar land van herkomst op de Piramide

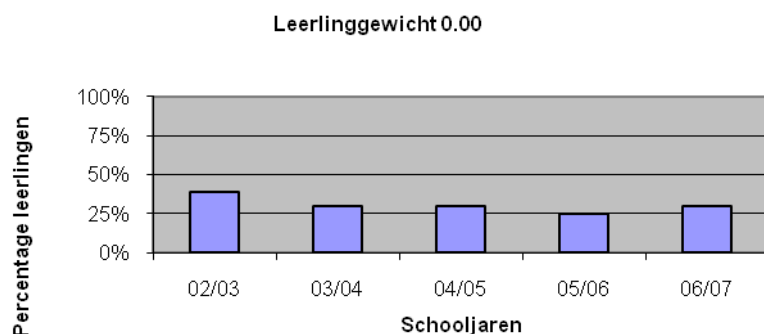
Het leerlingenaantal is in onderstaande tabel toegespitst op het leerlinggewicht. Deze onderverdeling wordt gemaakt in zeven categorieën. Hierbij is gebruik gemaakt van de nieuwe indeling van leerlinggewichten. Het aantal leerlingen staat per schooljaar weergegeven.

Leerlingen per schooljaar en gewicht, in aantal en percentage										
	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
gewicht	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
0.00	62	39%	45	30%	44	30%	38	25%	42	30%
0.25	22	14%	23	15%	17	11%	23	15%	7	5%

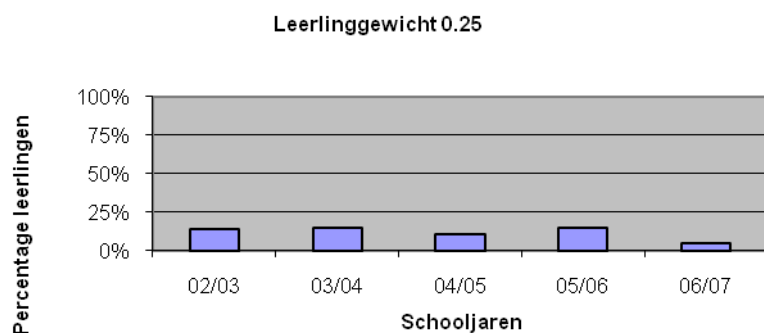
0.30	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	11	8%
0.40	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.70	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0.90	74	47%	82	55%	88	59%	89	59%	66	48%
1.20	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	12	9%
Totaal	159		150		149		150		138	

Tabel 33 - Leerlingen per schooljaar en gewicht, in aantal en percentage op de Piramide

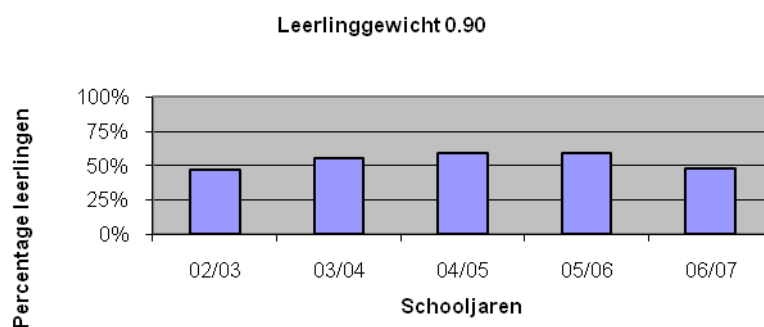
Onderstaande grafieken geven het aantal leerlingen aan met leerlinggewicht 0.00, 0.25 en 0.90.



Figuur 45 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.00 op de Piramide



Figuur 46 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.25 op de Piramide



Figuur 47 - Percentage leerlingen met leergewicht 0.90 op de Piramide

Uit bovenstaande tabel en grafieken kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ De meeste leerlingen op basisschool de Piramide vallen onder het leerlinggewicht 0.90;
- ⌘ Circa 30% van het aantal leerlingen behoort tot het leerlinggewichtfactor 0.00;

- ⌘ Circa 8% van het aantal leerlingen behoort tot het leerlinggewichtfactor 0.30;
- ⌘ Circa 9% van het aantal leerlingen behoort tot het leerlinggewichtfactor 1.20.

In onderstaande tabellen staan een aantal algemene kenmerken van de school weergegeven.

Schoolindicatoren per schooljaar					
	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
Leerlingen					
percentage gewichtenleerlingen	61%	70%	70%	75%	70%
percentage leerlingen onderbouw	38%	37%	40%	44%	49%
groei/krimp aantal leerlingen	7%	-6%	-1%	1%	-8%
belangstellingspercentage	20%	21%	21%	22%	20%
Personeel					
managementratio	9%	9%	9%	8%	9%
OOP-ratio	20%	12%	19%	19%	24%
mobilitateitsratio	0%	0%	0%	0%	0%
parttimerratio	54%	53%	54%	46%	40%
gemiddelde leeftijd personeel	39,3	41,1	40,9	40	42,54
verhouding schaal LC/ DB tot totaal	0%	0%	0%	0%	0%
vrouwen in management	100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 34 - Schoolindicatoren per schooljaar van de Piramide

Herkomst leerlingen					
Schooljaar	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>	<i>aantal</i>
101 Centrum Almere Haven					
102 De Werven					
103 De Hoven					
104 De Meenten					
105 De Grienden					
106 De Marken					
107 De Gouwen					
108 De Wierden					
109 De Velden					
201 Centrum Almere Stad					
202 Filmwijk	1	1	2	1	2
203 Danswijk					
204 Parkwijk					
205 Verzetswijk					
206 Waterwijk			1		
207 Tussen de vaarten noord	10	14	14	16	5
208 Tussen de vaarten zuid			1		
209 Staatsliedenwijk					
210 Kruidenwijk	1	1	1		
211 Stedenwijk					1

212 Muziekwijk Noord					
213 Muziekwijk Zuid					
214 Literatuurwijk			1	1	
215 Noorderplassen					
301 Centrum Almere Buiten					
302 Oostvaardersbuurt	1				1
303 Seizoenenbuurt					
304 Molenbuurt	4	4	2	4	5
305 Bouwmeesterbuurt	121	120	116	119	104
306 Landgoederenbuurt	12	10	9	7	7
307 Faunabuurt				1	2
308 Bloemenbuurt	2				2
309 Regenboogbuurt				1	1
311 Eilandenbuurt			1		
312 Stripheldenbuurt					
502 Vogelhorst					
Overig	6		1	2	8

Tabel 35 - Herkomst leerlingen van de Piramide naar wijken in Almere

De Piramide - Kerncijfers kwaliteit

De Piramide heeft het vertrouwen van de Inspectie van het Onderwijs. In het schooljaar 2005/2006 en 2006/2007 vindt in principe voor de periode van één jaar geen verder toezicht plaats. De inspectie heeft geen aanwijzingen dat er belangrijke tekortkomingen zijn in de kwaliteit van het onderwijs. De een beeld te kunnen krijgen over de kwaliteit van het onderwijs zijn de gegevens uit het PKO⁵⁷-rapport van het schooljaar 2004/2005 gebruikt.

Kwaliteitsaspect: Kwaliteitszorg				
	1	2	3	4
De school bewaakt systematisch de kwaliteit van het onderwijs en neemt maatregelen om de kwaliteit te behouden en zo nodig te verbeteren.			●	
1.1 De school heeft inzicht in de eigen Ausgangssituatie.			●	
1.2 De school heeft haar doelen geformuleerd.			●	
1.3 De school evalueert systematisch de kwaliteit van haar opbrengsten en van het onderwijs en leren.		●		
1.4 De school werkt gericht aan verbetering van de kwaliteit van haar onderwijs.			●	
1.5 De school legt verantwoording af aan belanghebbenden over de gerealiseerde onderwijskwaliteit.		●		
1.6 De zorg voor kwaliteit is systematisch.		●		
Beslisregel: Voor een waardering 'voldoende' dragen ten minste de volgende indicatoren 'voldoende' bij: indicator 1.4 en twee van de andere indicatoren.				

Tabel 36 - Kwaliteitszorg van de Piramide

⁵⁷ PKO: Periodiek Kwaliteits Onderzoek.

Domein: Onderwijs en leren	1	2	3	4
3. Leerstofaanbod			●	
4. Tijd			●	
5. Onderwijsleerproces			●	
6. Schoolklimaat			●	
7. Zorg en begeleiding		●		

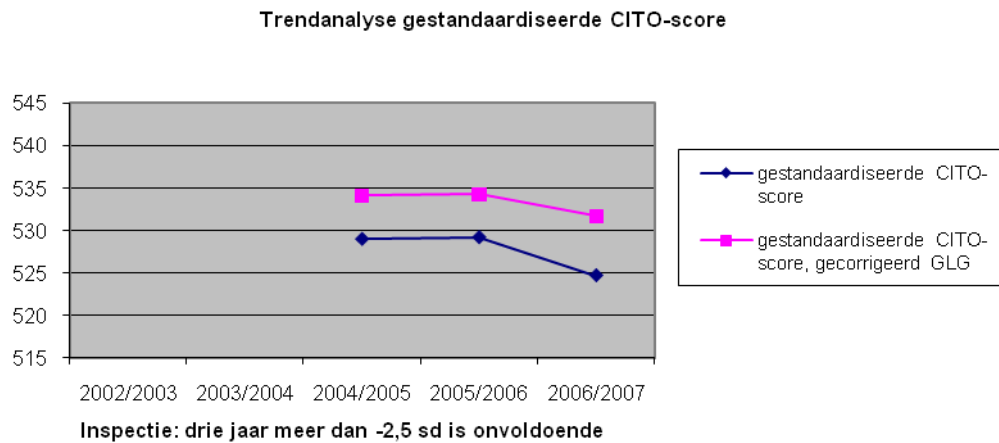
Tabel 37 – Kwaliteit onderwijs en leren van de Piramide

Domein: Opbrengsten	1	2	3	4	5
8. Opbrengsten			●		

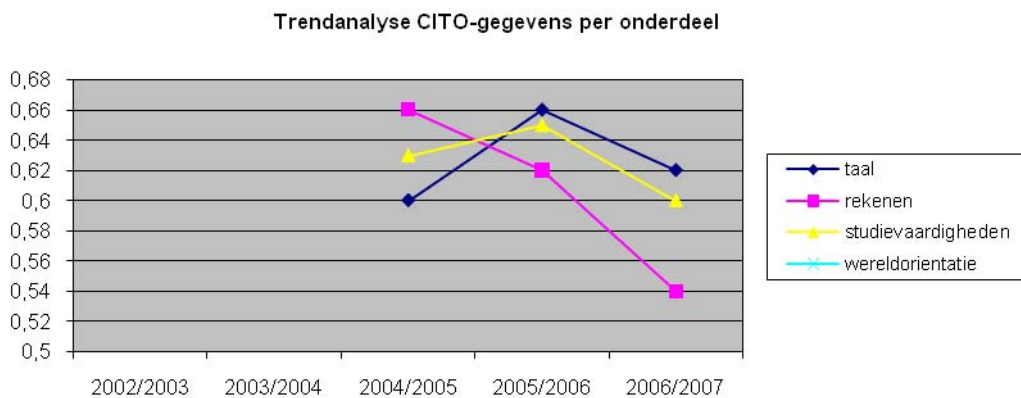
Tabel 38 – Kwaliteit opbrengsten van de Piramide

Cito eindtoets			
A. Deelname aan CITO-eindtoets basisonderwijs			
totaal aantal leerlingen in leerjaar 8	19	22	23
leerlingen eindtoets/niveautoets WEL gemaakt	15	19	22
leerlingen eindtoetsniveautoets NIET gemaakt	4	3	1
B. Scores CITO-eindtoets ALLE leerlingen - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score	529	529,2	524,7
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG	534,1	534,3	531,7
gemiddeld percentage goed: taal	60%	66%	62%
gemiddeld percentage goed: rekenen	66%	62%	54%
gemiddeld percentage goed: studievaardigheden	63%	65%	60%
gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie			
C. Kenmerken deelnemers CITO-eindtoets basisonderwijs			
deelnemers niveautoets			
deelnemers < 4 jaar in NL			
deelnemers geïndiceerd/beschikking praktijkonderwijs			
deelnemers geïndiceerd LWOO			
D. Herberekende scores CITO-eindtoets (d.i. Lwoo geïndic. en < 4 jaar op school niet meegenomen) - IC formulier			
gestandaardiseerde CITO-score			
gestandaardiseerde CITO-score, gecorrigeerd GLG			
gemiddeld percentage goed: taal			
gemiddeld percentage goed: rekenen			
gemiddeld percentage goed: studievaardigheden			
gemiddeld percentage goed: wereldoriëntatie			
E. Scholengroep van de school			
scholengroep	5	5	6

Tabel 39 - Resultaten CITO-toets van de Piramide



Figuur 48 - Trendanalyse gestandaardiseerde CITO-score van de Piramide



Figuur 49 - Trendanalyse CITO-gegevens per onderdeel van de Piramide

Kwalitatief (veld)onderzoek

Diepte interviews

PO de Piramide en PO de Manse

Datum: 3 maart 2009

I: Interviewer (Alain Hong en Kim Leeftink)
R: Respondent (Marian de Wit en Mirelle Jonker)

I: De communicatie tussen jullie scholen en andere scholen, en dan met name de Trinoom en de Manse onderling, is daar veel communicatie tussen?

R: Tussen onze school en de Manse is geregeld communicatie omdat het een kort lijntje is. Daarnaast heeft Marjan ook overleg in het buurtproject met de Trinoom. En tijdens clustervergaderingen, gewoon van de Almeerse Scholen Groep natuurlijk, ziet ze de

directeur, want die zit in hetzelfde cluster als de Manse en de Piramide. Voor de rest hebben we geen inhoudelijke afstemming.

Wat er voorkomt is dat er vanuit het Bouwmeesterhuis buurtprojecten worden ontwikkeld en daar worden dan de drie scholen bij betrokken en dan is het soms zo dat we aan hetzelfde project werken, maar inhoudelijk hebben we onderling geen afstemming over de inhoud.

I: Welke projecten lopen er nu?

R: Nu loopt er vanaf februari een project 'veiligheid' in de Bouwmeesterbuurt. En dat is zeg maar qua organisatie op alle drie de scholen hetzelfde georganiseerd.

I: De aanmeldingen van nieuwe leerlingen op deze school, is dat ongeveer elk jaar even groot, of verschilt dat per jaar?

R: Ik denk dat het dit jaar voor het eerst een uitzondering is dat het meer is. Er zat altijd wel gelijkmatigheid in, maar het is nu wat meer dan voorheen

I: Heeft dat een bepaalde reden denkt u?

R: Ik denk dat we goed zijn en dat zeggen ouders niet altijd tegen ons haha.

I: Kan dit komen doordat er meer door jullie school gecommuniceerd is naar de doelgroepen, of is dit hetzelfde gebleven?

R: Dat is hetzelfde gebleven. We hebben niet iets specifiek voor andere doelgroepen.

I: En die doelgroepen dat zijn meestal gewoon de ouders/ verzorgers uit de buurt zelf, of ook daarbuiten nog?

R: De Piramide is echt een buurtschool en dat is van oudsher ook altijd al zo geweest. En wij trekken onze leerlingen ook echt uit de buurt. Er zijn er een aantal die aan de andere kant van het park wonen, maar dat zijn er maar enkele. Maar dat wordt wel eigenlijk steeds meer.

I: En geldt dit ook voor de Manse?

R: Nee. Voor de Manse is het zo dat de inschrijvingen eigenlijk heel erg teruglopen en dit schooljaar is het echt minimaal. Voor de Manse is het dus wel heel erg belangrijk dat we naar buiten communiceren en de school weer een duidelijk beeld krijgt in de buurt. Het is zo dat mensen de Manse niet weten te vinden. Het ligt ook zo achter de Trinoom.

I: Is er sprake van concurrentie tussen de drie scholen?

R: Ik denk dat, dat heel erg meevalt. Het is juist heel plezierig dat het drie hele verschillende scholen zijn, want stel nu dat iemand ontevreden is, dan kunnen ze toch een andere school kiezen in de buurt. Dat is absoluut de meerwaarde van het feit dat er drie verschillende scholen zijn. Dat ervaar je dan ook. Ouders hebben dan opnieuw wat te kiezen en dat vind ik op zichzelf heel plezierig.

I: Is er denkt u wel sprake van concurrentie met scholen die buiten de Manse, de Trinoom en de Piramide liggen?

R: Nou kijk, per definitie heb je altijd te maken met concurrenten. Dat is ingegeven door de situatie sowieso en voor de rest zit dan in deze wijk de iederwijs school en dan het bijzonder onderwijs, maar dat is een dependance.

I: *Welke middelen zetten jullie meestal in om te communiceren naar buiten?*

R: Ik denk dat we bij de piramide 1 a twee keer per jaar pogen echt buiten de wijk te treden. Dus dat we iets met Omroep Flevoland hebben, of de krant of dat soort zaken. Ik denk dat, dat alle jaren nog wel gelukt is.

Bij de integrale wijkaanpak gaat het natuurlijk sneller omdat daar een hele communicatietraject achter zit, dus dat gaat nog sneller dan dat we doen.

Bij de Manse is dat helemaal niet. De Manse is namelijk een hele in zichzelf gekeerde school. Het enige wat eigenlijk bij de Manse de wijk in gaat zijn de flyers en de oude kranten.

I: *Wordt er veel gebruik gemaakt van de website?*

R: De website zijn we aan het vernieuwen en die is nog niet helemaal af (de Manse). Bij de Piramide is de website wel in de lucht, maar hebben we hem nooit zo gemaakt dat we kunnen controleren hoeveel mensen de site bezoeken, maar daar zijn we wel mee bezig.

I: *Zouden jullie het wel fijn vinden als er meer gebruik van de websites zou worden gemaakt?*

R: Bij de Manse? Ja, ik denk wel dat het publiek daar meer gebruik van zou maken. Dat is heel ander publiek dan hier (Piramide).

I: *Is er een vast budget voor communicatie?*

R: Nee, dat is een leuke dat je dat vraagt. Nee, nog nooit bij stilgestaan.

I: *Hoe ziet de huidige positionering van de scholen er uit?*

R: De Piramide is een gekleurde school, dus ouders zullen dat ook zeker als beslissing meenemen. Maar, laat ik het zo zeggen, wat ik heel krachtig vind is dat ze dat niet als belemmering ervaren. Dus als ouders hier binnen lopen kiezen ze daar negen van de tien keer dan wel voor.

Dat vertellen we ook bij de intake, dat we een gekleurde school zijn, en dat wij daar trots op zijn. Ook doen we het erg goed bij de gekleurde bevolking en onze CITO-scores zijn bijzonder goed.

I: *En voor de Manse? Hebben ze daar een hele andere positionering en zijn daar mensen die daar heel anders tegen aan kijken?*

R: Er is natuurlijk directie wisseling ontstaan. Je kan alleen praten vanuit wat je ontvangt als directie, dan merk je dat daar wel een groep ouders zeer betrokken is. Maar betrokken in de zin dat ze ook autonomie naar zich toetrekken. En dat was nog niet helemaal het stuk wat we graag samen met de ouders wilden delen, dus daar ligt op dit moment wel een kleine frictiepunt. Dus als er in die kant iets heel snel met PR kan dan is dat wel fijn, want ik denk

dat er een aantal mensen inderdaad ook op die manier in de wijk zullen praten van 'O ja, die nieuwe directie'. Ja een onduidelijk beeld zeg maar.

I: *Dus de school (Manse) is nog niet echt helemaal goed gepositioneerd in de wijk?*

R: Nee, nee.

En als die gepositioneerd is, is het een school die echt in de wijk zit, waar denk ik de school om die reden in de wijk zit. Het zijn geen onderwijskritische ouders en dat vind ik vanuit mijzelf het opvallende aan de populatie, terwijl ik dat wel eigenlijk van de doelgroep had verwacht.

I: *Welke eigenschappen moet de communicatie naar buiten hebben?*

R: Dat is verschillend voor beide scholen.

De eerste school (Piramide) gezien zijn populatie: kort, duidelijk en inzichtelijk.

De andere school (Manse) meer toelichtend, onderbouwend, verduidelijkend, een hele andere soort manier van praten naar ouders.

Wat van de Piramide bijvoorbeeld al sterk is, is denk ik inderdaad gewoon meegaan met wat er gebeurt in een school. Ouders komen op de Manse binnen en kijken alleen veel, maar participeren niet erg in van 'Goh, wat gebeurt er nu eigenlijk...wat leert mijn kind hier nu eigenlijk', die vraag hoor ik daar zelden.

I: *Dus die interactie mag daar (Manse) wel meer?*

R: Ja, ja absoluut.

Er moet op onderwijskundig gebied ook gewoon heel veel gebeuren. Maar dan vraag je je inderdaad af van: ze stellen zich gewoon tevreden met hetgeen ze niet zien.

I: *En feedback bijvoorbeeld door de ouders naar de Manse komt ook niet voor?*

R: Nee, amper.

Op de Piramide is dat duidelijk anders. Bij de rapportgesprekken wordt daar ook duidelijk om gevraagd. Dat soort dingen inderdaad, van wat er verwacht wordt wat de ouders voor inbreng hebben en van wat ze vinden wat ze gelezen hebben, en dat we daar een gesprek over hebben en niet alleen wat wij er van vinden.

I: *Bij de Manse moet de communicatie dus beter zijn?*

R: Ja absoluut. Maar ook dat mijn leerkrachten inderdaad daar een stuk kracht van zouden leren ontdekken, want leerkrachten zijn natuurlijk meer begin in het geheel zelf, dus een beetje veel naar binnen gekeerd.

I: *Welke middelen gebruiken jullie naar ouders toe? Zijn dat bijvoorbeeld brieven of worden die ook verwezen naar de website?*

R: De nieuwsbrief gaat elke week uit. Op de Manse op maandag en op de Piramide op donderdag en daar staat de website gewoon onder het adres vermeld.

En daarbij opmerkend dat voor de Manse nieuw is dat die structureel één keer in de week meegaat. Voorheen was het hapsnap, dus dan bouw je ook geen leespubliek op denk ik maar zo, en dat is hier zo al structureler, maar de populatie ouders die echt goed lezen is hier (Manse) dus wat lastiger.

En waar we nu dus deel uitmaken zeg maar van de Brede School daar gaat een folder nu uit van de dagarrangementen en alles wat ook in het Bouwmeesterhuis afspeelt. Later is ook echt de bedoeling dat we de locaties op de scholen goed gebruikt worden daarin, en dat gaat één keer in de twee maanden mee.

I: *Is er in het verleden veel samenwerking geweest tussen de Piramide, de Manse en de Trinoom?*

R: Nee, het zijn echt drie verschillende scholen.

I: *Zijn er in de toekomst nog meer plannen voor samenwerking? Intensivering van projecten etc.?*

R: Op lange termijn denk ik inderdaad dat je niet moet uitsluiten dat scholen samengaan. Dat zou me afgezien de leerlingenaantallen niet verrassen. Maar dan heb je het inderdaad over vijf jaar of zo, zoals de integrale wijkaanpak.

Maar kijkend naar de scholen onderling denk ik dat onze kernopdracht is dat we ons juist krachtiger moeten gaan profileren als drie verschillende scholen. Ik denk dat, dat onze kernopdracht zal zijn de eerst komende vijf jaar.

I: *U heeft aangegeven dat op de Manse het gebruik van digitale communicatie (de website) stil ligt, maar dat de omgeving daar volgens u veel gebruik van zou gaan maken. Zou dat dan ook het meest voorname middel zijn om daar op terug te komen (Crossmediaal met internet als primair communicatiemiddel)?*

R: Ik denk wel dat de Manse, wat ik zo inschat, wel een publiek heeft wat daar voor open zou staan, maar daarnaast vind ik het ook altijd belangrijk dat je dat ook nog gewoon schriftelijk doet.

I: *Als jullie voor zowel de Piramide als de Manse een aantal kernwaarden/begrippen zouden mogen noemen, wat zouden die begrippen dan zijn?*

R: De Piramide hangt daar (poster met tekst:)

- ⌘ Zijn we zuinig op onze spullen;
- ⌘ Houden we rekening met elkaar en zijn we beleefd;
- ⌘ Helpen we elkaar;
- ⌘ Komen we om te leren.

Dit is heel kort maar krachtig, heel kernachtig wat we ook aan ouders vertellen.

Met de Manse zijn we eigenlijk met het team daar nu heel druk mee bezig om daarover na te denken, gewoon 'wat willen wij en wat vinden wij het belangrijkste'. De Manse betekent natuurlijk ook 'In de kern, dicht bij elkaar en van elkaar leren'. Dus dat we ons veilig voelen in de school vinden we heel belangrijk.

I: *En is het bij de Piramide dan ook de bedoeling/ intentie dat deze school ook blijft bestaan als een gekleurde school? Of zou daar nog iets anders bij moeten komen?*

R: Ja denk ik altijd. Nou laat ik het zo zeggen, wat voor ons nu verschrikkelijke belangrijk is, is behalve dat we gekleurd zijn, ontzettende goede onderwijsresultaten hebben. En dat is vaak de link die ouders vaak niet maken.

En ik denk dat het ook heel erg belangrijk is dat we hier aan de ene kant werken met kernconcepten. Dus dat je aan de ene kant je gewoon richt op de zaakvakken, gewoon je doelstellingen. En dat je aan de andere kant ook heel erg gebruik maakt van het zelfontdekkend leren. Dat kinderen gebruik maken van al het talent dat ze hebben. Bij de kernconcepten gaat het bijvoorbeeld nu over het thema ruimte en tijd. Dan is het zo dat ze in een omgeving terecht komen die ze heel erg prikkelt tot meer, dat ze zelf ontdekken dat ze hier heel veel vanaf willen weten en die leerkracht heeft daarbij een veel meer coachende en begeleidende rol dan sturend.

Dus dat is de taak waar de Piramide voor staat de komende jaren, om deze dingen helder te brengen en om te communiceren naar de ouders.

I: *Hoe worden ze nu gecommuniceerd? Komen ze ook ergens terug op bijvoorbeeld de website?*

R: Ze staan in de schoolgids en als je binnenkomt bij elk entree, daar hangt een groot bord waar dat op staat.

Maar daar wordt niet echt duidelijk de kernconcepten uitgelegd. Maar dat is goed ook omdat het inderdaad een experiment is. Maar als dat door gaat is dat ook gewoon belangrijk.

I: *En hoe zit dat bij de Manse? Hebben die ook een soort kernzinnen of slogans?*

R: Nee, niet nog nee.

We zijn er allebei vorig jaar begonnen voor twee dagen in de week. We zijn er dan wel vier dagen en dat moet ergens wat opleveren. Dus we doen ons best.

PO de Trinoom

Datum: 16 april 2009

I: Interviewer (Alain Hong en Kim Leeftink)

R: Respondent (Dick Does)

I: *Is er sprake concurrentie tussen de Piramide, de Manse en de Trinoom? Zo ja, op welke manier is dat merkbaar?*

- R: Geen concurrentie in de zin dat de ene school actief kinderen bij de ander naar zich toe probeert te trekken. Ouders ervaren wel een keuze tussen de verschillende scholen. Dat maakt dat er wel kinderen van de ene naar de andere school gaan.
- I: *Is er sprake van concurrentie tussen de Trinoom en andere scholen?*
- R: Idem, zie 1.
- I: *Hoe verloopt de aanmelding van nieuwe leerlingen, is dit aantal elk jaar even groot, neemt het toe of af?*
- R: In groep 1 hetzelfde. In de middenbouw hoger doordat ouders van een niet ASG-school ontevreden zijn en als een olievlek naar de Trinoom komen.
- I: *Wisselen er leerlingen gedurende het schooljaar van school? Zo ja, wat is hiervan de reden?*
- R: Ontevredenheid over het onderwijs en verhuizing.
- I: *Hoe (persoonlijk/telefonisch/e-mail) wordt er momenteel met andere scholen gecommuniceerd, vooral met de Manse en de Piramide? en waar gaat het dan vaker over?*
- R: Incidenteel via verschillende media. Gaat met name over kinderen die van de ene naar de andere school gaan.
- I: *Wie zijn de doelgroepen met wie jullie regelmatig communiceren?*
- R: Ouders van kinderen op school en ouders die hun kind mogelijk bij ons op school aan gaan melden.
- I: *Welke middelen worden er per doelgroep ingezet? Hoe zit het bijvoorbeeld met de website, wordt deze regelmatig gebruikt en bijgewerkt?*
- R: Ouders van kinderen op school: wekelijkse nieuwsbrief (zie bijlage), brieven en site. Mogelijk nieuwe ouders: site en A3 posters ophangen bij diverse organisaties, zoals crèches en PSZ.
- I: *Hoe ziet de huidige positionering van de school eruit?*
- R: De school staat bekend als een montessorischol (veel ouders weten echter niet welke betekenis dat heeft). En als een school met slechte leerresultaten waar veel leuke activiteiten voor de kinderen worden georganiseerd.
- I: *Wat zijn de specifieke kenmerken van de school? Wat is het onderscheidend vermogen en wat zijn de kernwaarden van de school?*
- R:
- ⌘ Montessori;
 - ⌘ Sterk pedagogisch klimaat;
 - ⌘ Relatief kleine school;

Kernwaarde: ieder kind wordt als een individu gezien. Dat wil zeggen dat ieder kind zich kan ontwikkelen in eigen tempo en op eigen niveau, zowel cognitief, motorisch als sociaal-emotioneel.

I: *Welke faciliteiten worden er naast de school aangeboden?*

R: Vooralsnog geen.

I: *Hoe moet de school worden gepositioneerd? Wat maakt de school uniek?*

R: We gaan de komende jaren ons Montessori profiel verdiepen. Zodat we veel beter vorm kunnen geven aan onze kernwaarde. En de school goede leerresultaten gaat leveren.

I: *Welke eigenschappen moeten er tijdens de communicatie naar buiten toe het meeste naar voren komen? Wat is het gewenste imago (Hoe zou de school door anderen gezien moeten worden) van de school?*

R: Zie 9 en 11. Sluit op dit moment nog niet goed aan bij de realiteit van de school. Dit zijn werkpunten voor de komende jaren.

I: *Welke leerlingen en ouder(s)/ verzorger(s) moeten er worden aangetrokken? Bijvoorbeeld alleen uit de bouwmeesterbuurt of kan iedereen komen? Wat is gewenst vanuit het profiel van de school?*

R: De ambitie is om de montessorischool voor Almere Buiten te worden.

I: *Welke middelen zijn tot nu toe het meest effectief gebleken bij het aantrekken van nieuwe leerlingen en ouder(s)/ verzorger(s)?*

R: Open dagen en vooral mond op mond reclame.

I: *Is er in het verleden al eerder samengewerkt tussen de drie scholen (Manse, Piramide en Trinoom)?*

R: Niet dat ik weet.

I: *Zijn er al toekomstige plannen voor een samenwerking tussen de drie scholen?*

R: De open dagen willen we volgend jaar gezamenlijk plannen. In de communicatie kunnen we dan als drie unieke ASG-scholen naar buiten treden.

I: *Is er een vast budget voor de inzet van de middelen? (en hoe hoog is die) Is er een communicatiebudget?*

R: Nee.

Externe analyse

DESTEP-analyse

Demografisch

Voor het onderzoek is van belang om te weten hoe zowel Almere Buiten als de Bouwmeesterbuurt demografisch zijn ingedeeld.

In de demografische analyse zijn de volgende gegevens van belang voor het onderzoek:

- ⌘ De situering van de basisscholen de Manse, de Trinoom en de Piramide in de Bouwmeesterbuurt;
- ⌘ Het aantal inwoners in zowel de wijk Almere Buiten als de Bouwmeesterbuurt en de prognose daarvan naar leeftijdscategorie;
- ⌘ Het aantal inwoners naar etniciteit in zowel de wijk Almere Buiten als de Bouwmeesterbuurt;
- ⌘ Het aantal huishoudens naar gezinssituatie in zowel de wijk Almere Buiten als de Bouwmeesterbuurt;
- ⌘ Het (eenouder)gezinnen in Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt;
- ⌘ Het aantal verhuizingen in Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt;
- ⌘ Het aantal inwoners in de Bouwmeesterbuurt die in de loop van 2007 zijn verhuisd naar een andere wijk in Almere;
- ⌘ Risicoprofiel van de wijken in Almere Buiten.

Almere Buiten

Almere Buiten begon begin jaren tachtig van de vorige eeuw met de Molenbuurt, al snel gevolgd door het centrum en de Bouwmeesterbuurt. Inmiddels telt het stadsdeel alweer ruim 53 duizend inwoners.

Grofweg valt het stadsdeel qua woningvoorraad en sociaal-economische status van de bevolking op te delen in de buurten in het centrum en noordwesten uit de jaren tachtig van de vorige eeuw, de buurten uit de jaren negentig in het zuiden en westen, en de nieuwe buurten in het oosten.

Onder Almere Buiten valt ook het grootste industrieterrein van Almere, waar bijna één op de tien arbeidsplaatsen in Almere gevestigd is.

Indeling buurtnummers

In de demografische analyse komen alle buurten in de wijk Almere Buiten aan bod. Deze buurten hebben elk hun eigen nummer en zijn hieronder weergegeven:

Almere Buiten
301 Centrum Almere Buiten
302 Oostvaardersbuurt
303 Seizoenenbuurt
304 Molenbuurt
305 Bouwmeesterbuurt
306 Landgoederenbuurt
307 Faunabuurt
308 Bloemenbuurt
309 Regenboogbuurt
310 Indischebuurt
311 Eilandenbuurt
312 Stripheldenbuurt
313 Sieradenbuurt
Overig Almere Buiten

Figuur 50 - Buurten in Almere Buiten met buurtcodes

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Aantal inwoners en -ontwikkeling naar leeftijdscategorie

Wijkindeling	bevolking naar leeftijd										gem. leeftijd	totale bevolking
	0-4	5-11	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 e.o.		
Almere Buiten	4.485	6.030	4.819	4.651	8.288	10.428	7.839	3.775	1.758	1.291	32	53.364
301 Centrum Almere Buiten	94	82	67	133	202	156	131	87	92	299	44	1.343
302 Oostvaardersbuurt	625	861	585	506	964	1.373	787	255	102	30	28	6.088
303 Seizoenenbuurt	475	692	482	380	828	1.184	756	274	123	44	30	5.238
304 Molenbuurt	240	395	397	476	503	569	743	483	192	134	35	4.132
305 Bouwmeesterbuurt	280	425	423	453	560	720	816	450	178	144	35	4.449
306 Landgoederenbuurt	257	503	478	381	447	763	784	365	141	111	34	4.230
307 Faunabuurt	305	619	524	387	479	1.023	752	282	154	118	32	4.643
308 Bloemenbuurt	369	528	519	473	628	976	915	523	338	288	36	5.557
309 Regenboogbuurt	498	642	519	430	845	1.190	830	334	148	28	31	5.464
310 Indischebuurt	81	49	40	52	202	125	59	64	62	36	35	770
311 Eilandenbuurt	614	683	429	471	1.103	1.302	680	317	104	20	29	5.723
312 Stripheldenbuurt	511	407	261	423	1.308	761	393	193	84	33	28	4.374
313 Sieradenbuurt	98	95	56	60	180	206	142	119	19	4	33	979
Overig Almere Buiten	38	49	39	26	39	80	51	29	21	2	31	374

Tabel 40 - Inwoners naar leeftijdsgroep en gemiddelde leeftijd, 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Wijkindeling	0-24 jaar				25-64 jaar				65 jaar en ouder			
	2005	2008	2010	2015	2005	2008	2010	2015	2005	2008	2010	2015
Almere Buiten	18.152	19.982	20.293	20.353	26.527	30.333	31.218	31.628	2.685	3.049	3.233	4.049
301 Centrum Almere Buiten	320	376	402	513	513	576	686	968	395	391	385	457
302 Oostvaardersbuurt	2.523	2.576	2.463	2.219	3.322	3.380	3.333	3.257	87	132	134	181
303 Seizoenenbuurt (incl. Buitenvaart)	2.157	2.147	2.115	1.990	3.192	3.169	3.167	3.090	150	181	186	229
304 Molenbuurt (incl. Poldervlak)	1.671	1.530	1.530	1.539	2.342	2.326	2.332	2.261	313	331	328	398
305 Bouwmeesterbuurt (incl. De Vaart)	1.713	1.584	1.593	1.565	2.546	2.561	2.561	2.531	335	322	323	362
306 Landgoederenbuurt	1.638	1.618	1.544	1.535	2.343	2.360	2.289	2.385	264	252	270	351
307 Faunabuurt	1.841	1.835	1.744	1.623	2.546	2.536	2.529	2.481	251	272	268	297
308 Bloemenbuurt	1.914	1.889	1.805	1.710	3.020	3.042	3.033	2.965	633	626	623	653
309 Regenboogbuurt	2.098	2.089	2.045	1.935	3.167	3.199	3.164	3.077	146	176	182	244
310 Indischebuurt	3	222	302	797	20	450	542	1.270	43	98	104	168
311 Eilandenbuurt	2.111	2.197	2.215	2.191	3.267	3.402	3.385	3.209	68	124	188	324
312 Stripheldenbuurt	153	1.602	2.203	2.409	216	2.655	3.568	3.538	0	117	198	316
313 Sieradenbuurt	0	309	323	317	0	647	599	567	0	23	38	64
399 Overig Buiten	10	8	9	10	33	30	30	29	0	4	6	5

Tabel 41 - Ontwikkeling bevolking naar leeftijdsgroep, 2005-2015

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Aantal inwoners naar etniciteit

Wijkindeling	westerse landen			niet-westerse landen							niet-westers totaal	
	Neder-lands	EU. Landen	overig westers	Suri-naams	Antil-liaans	Turks	Marok-kaans	Afri-kaans	overig niet west		in %	abs.
Almere Buiten	65%	5%	3%	12%	3%	2%	3%	2%	6%		27%	14.418
301 Centrum Almere Buiten	64%	5%	2%	10%	4%	1%	3%	5%	7%		30%	398
302 Oostvaardersbuurt	55%	4%	3%	17%	4%	3%	4%	2%	8%		38%	2.298
303 Seizoenenbuurt	68%	5%	3%	10%	3%	1%	3%	2%	5%		24%	1.281
304 Molenbuurt	64%	4%	2%	9%	3%	3%	4%	3%	7%		30%	1.226
305 Bouwmeesterbuurt	68%	5%	2%	10%	3%	1%	2%	3%	6%		25%	1.099
306 Landgoederenbuurt	74%	6%	3%	8%	1%	1%	2%	1%	4%		17%	726
307 Faunabuurt	72%	5%	3%	7%	2%	1%	2%	2%	6%		20%	939
308 Bloemenbuurt	70%	5%	3%	8%	3%	1%	2%	3%	5%		22%	1.213
309 Regenboogbuurt	61%	5%	3%	13%	4%	2%	3%	3%	6%		31%	1.678
310 Indischebuurt	62%	5%	4%	16%	3%	3%	4%	1%	3%		30%	229
311 Eilandenbuurt	58%	6%	2%	15%	3%	3%	4%	3%	6%		34%	1.955
312 Stripheldenbuurt	66%	4%	2%	14%	2%	1%	3%	2%	4%		27%	1.186
313 Sieradenbuurt	76%	4%	3%	10%	1%	1%	1%	1%	3%		17%	168
Overig Almere Buiten	90%	3%	1%	3%	0%	0%	1%	0%	2%		6%	22

Tabel 42 - Inwoners naar etniciteit op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Aantal huishoudens naar gezinssituatie

Wijkindeling	gezin met kind		eenoudergezin		lechtsamen z.kind		alleenstaand		huishoudens totaal
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	
Almere Buiten	8.569	41%	1.896	9%	4.859	23%	5.533	26%	20.968
301 Centrum Almere Buiten	116	15%	68	9%	123	16%	458	59%	770
302 Oostvaardersbuurt	1.071	50%	213	10%	393	18%	444	21%	2.134
303 Seizoenenbuurt	912	47%	173	9%	416	21%	448	23%	1.954
304 Molenbuurt	636	38%	180	11%	387	23%	466	28%	1.678
305 Bouwmeesterbuurt	677	37%	195	11%	429	23%	531	29%	1.836
306 Landgoederenbuurt	697	44%	150	9%	362	23%	364	23%	1.584
307 Faunabuurt	833	50%	129	8%	356	21%	353	21%	1.678
308 Bloemenbuurt	836	36%	197	8%	607	26%	686	29%	2.331
309 Regenboogbuurt	876	41%	223	10%	460	21%	577	27%	2.151
310 Indischebuurt	108	32%	17	5%	100	29%	111	32%	342
311 Eilandenbuurt	880	40%	243	11%	544	24%	543	24%	2.224
312 Stripheldenbuurt	685	38%	96	5%	528	29%	473	26%	1.798
313 Sieradenbuurt	174	46%	8	2%	130	35%	62	17%	375
Overig Almere Buiten	68	60%	4	4%	24	21%	17	15%	113

Tabel 43 - Aantal huishoudens naar gezinssituatie op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Aantal (eenouder)gezinnen met kinderen

Wijkindeling	gezin met kind 0-17		kinderen 0-17		gem.aantal kinderen per gezin	kind/vol- wassenen ratio
	totaal aantal	waarvan eenouder	totaal aantal	waarvan eenouder		
3 Almere Buiten	8.865	21%	15.191	20%	1,71	40
301 Centrum Almere Buiten	147	46%	233	42%	1,59	22
302 Oostvaardersbuurt	1.148	19%	2.053	17%	1,79	52
303 Seizoenenbuurt	996	17%	1.739	15%	1,75	47
304 Molenbuurt	608	30%	1.042	28%	1,71	33
305 Bouwmeesterbuurt	682	29%	1.118	28%	1,64	34
306 Landgoederenbuurt	694	22%	1.216	19%	1,75	41
307 Faunabuurt	819	16%	1.442	15%	1,76	45
308 Bloemenbuurt	836	24%	1.406	21%	1,68	34
309 Regenboogbuurt	956	23%	1.640	21%	1,72	44
310 Indischebuurt	106	16%	168	15%	1,58	28
311 Eilandenbuurt	1.017	24%	1.710	22%	1,68	43
312 Stripheldenbuurt	698	14%	1.169	13%	1,67	37
313 Sieradenbuurt	155	5%	249	4%	1,61	34
Overig Almere Buiten	3	0%	6	0%	2,00	17

Tabel 44 - Aantal (eenouder)gezinnen met kinderen op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

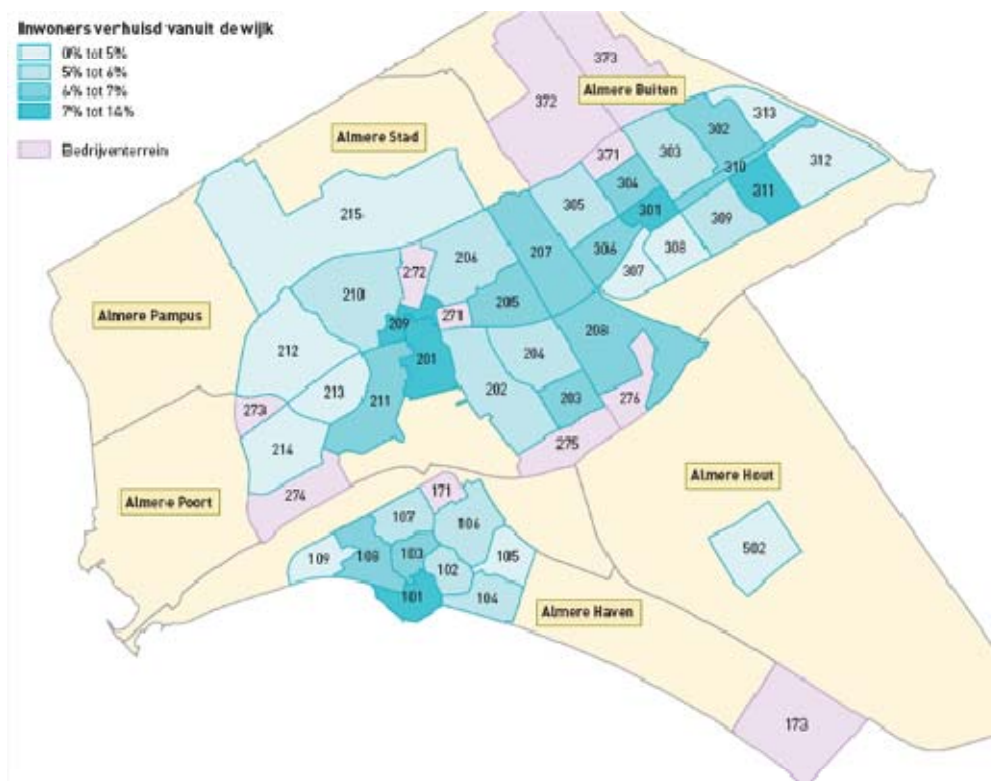
Het aantal verhuizingen in Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt

Wijkindeling	verhuizingen van inwoners gedurende 2007					gemiddelde woonduur op 1 januari 2008			Ontwikkeling aantal inwoners sinds 1 jaar
	verhuist binnen dezelfde wijk	gevestigd in de wijk		vertrokken uit de wijk		totaal	gezin-nen	alleen-staanden	
		vanuit Almere	vanuit elders	naar Almere	naar elders				
Almere Buiten	1%	7%	6%	6%	5%	6,4	5,8	6,6	+1.613
301 Centrum Almere Buiten	1%	9%	6%	9%	5%	6,3	5,5	7,3	-12
302 Oostvaardersbuurt	1%	5%	6%	6%	6%	4,5	3,0	4,8	+43
303 Seizoenenbuurt	1%	4%	5%	6%	5%	5,6	5,0	5,8	-33
304 Molenbuurt	1%	5%	4%	7%	4%	11,4	10,8	11,6	-59
305 Bouwmeesterbuurt	1%	5%	5%	6%	5%	9,6	8,7	10,0	-18
306 Landgoederenbuurt	0%	6%	4%	6%	5%	8,1	7,5	8,3	+10
307 Faunabuurt	1%	5%	4%	5%	5%	8,0	6,9	8,3	-5
308 Bloemenbuurt	1%	4%	5%	5%	6%	8,5	8,2	8,6	-24
309 Regenboogbuurt	1%	5%	5%	6%	6%	6,1	5,2	6,4	-7
310 Indischebuurt	1%	7%	6%	6%	7%	2,2	2,1	2,3	+14
311 Eilandenbuurt	1%	5%	7%	8%	7%	3,6	3,0	3,8	-10
312 Strijheldenbuurt	1%	20%	11%	3%	2%	1,5	1,4	1,5	+1258
313 Sieradenbuurt	0%	34%	14%	1%	2%	1,1	1,1	1,1	+449
Overig Almere Buiten	0%	4%	5%	2%	9%	10,4	12,1	10,1	+7

Tabel 45 - Vestiging in 2007, vertrek en gemiddelde woonduur op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Aantal inwoners die zijn verhuist naar een andere wijk in Almere



Figuur 51 - Aantal inwoners verhuist in 2007 vanuit deze wijk naar een andere wijk in Almere in %

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Risico- en probleemwijken

Uit landelijke onderzoek blijkt dat probleemwijken een aantal kenmerken met elkaar gemeen hebben. Met name deze kenmerken moeten dus in de tijd gevolgd worden. Daarnaast zijn er een aantal risicofactoren: wijken die op deze indicatoren risico's lopen moeten extra nauwlettend gevolgd worden.

Hieronder volgt een schema met risicofactoren, die vervolgens zijn toegepast op de wijken in Almere Buiten.

Wijkpeiling 2006		Sociale Atlas
Ruimtelijke risicofactoren		
1. Veel huurwoningen	Tevredenheid woning	% huurwoningen
2. Lage kwaliteit woningen		
3. Lage waarde woningen		Economische waarde
Demografische risicofactoren		
1. Veel alleenstaanden		% alleenstaanden
2. Weinig ouderen		% 65 +
3. Veel allochtonen		% niet-westers
4. Eigen onderzoek: eenoudergezinnen		% eenouderhuishoudens
Sociaal-economische risicofactoren		
1. Laag gemiddeld inkomen		Gem inkomen huishouden
2. Geringe arbeidsdeelname		% NWW
3. Hoog voorzieningenpeil		Afstand voorzieningen
Sociaal-culturele risicofactoren		
1. Veel laagopgeleiden	Opleidingsniveau	
2. Veel verhuiscensen	Verhuiscens	% Verhuiscd uit wijk
3. Veel sociale overlast	Ervaren overlast	Politie: sociale incidenten

Tabel 46 - Landelijke risicofactoren

Bron: Stadsdeelanlyse Almere Buiten

Op basis van bovenstaand schema is een beslismodel gemaakt door M. Tuynman, Medewerker stafafdeling Bestuurs- en Beleidscoördinatie van de Gemeente Almere. Dit beslismodel is hieronder weergegeven. Wijkt de wijk op een van de indicatoren in bovenstaand schema één standaarddeviatie in ongunstige zin af, dan krijgt de wijk bij de betreffende risicofactor een zwart vinkje. Een of twee vinkjes per risicofactor betekent dat de wijk enig risico loopt, terwijl bij drie of vier vinkjes er sprake is van een risico op het betreffende terrein. Afhankelijk van het aantal risicofactoren waarop een wijk risico's loopt, wordt een wijk al dan niet als risicowijk aangemerkt:

✓	de wijk wijkt 1 standaarddeviatie in ongunstige zin af, of –in het geval van enquêtegegevens uit de enquête veiligheid en leefbaarheid 2005- de wijk wijkt significant af
👉	de wijk scoort gemiddeld of gunstiger dan gemiddeld. Wanneer een wijk per thema (ruimtelijk, demografisch etc.) twee zwarte vinkjes heeft, kan gesteld worden dat de wijk op dat thema een risico loopt.
😊	geen risicowijk.
😐	enig risico, de wijk loopt op 1 of 2 terreinen risico, aanbevolen wordt om vanuit preventie-oogpunt deze wijk nauwlettend te volgen. Ik zal de risico-indicatoren van deze wijken beschrijven.
😞	risicowijk, de wijk loopt op 3 of 4 terreinen risico.

Tabel 47 – Verklaring iconen beslismodel risicowijken

Bron: Stafdienst Bestuurs- en beleidscoördinatie, gemeente Almere

Van wijken die op drie van de vier soorten risicofactoren risico's lopen, wordt bepaald of ze op de probleemkenmerken ongunstig scoren ten opzichte van het Almeerse gemiddelde.

	Centrum	Oostvrd	Seizoen	Molen	Bouwm	Landg
Ruimtelijk	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Demograf	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓
Soc econ	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Soc cultur	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Risicowijk?	☹	☹	☺	☺	☺	☺

	Bloemen	Regenb	Indisch	Eiland	Stripheld
Ruimtelijk	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Demograf	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓
Soc econ	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Soc cultur	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
Risicowijk?	☺	☺	☹	☹	☹

Tabel 48 - Beslismodel risicowijken Almere Buiten

Bron: Stafdienst Bestuurs- en beleidscoördinatie, gemeente Almere

Economisch

In deze economische analyse zijn de volgende gegevens van belang voor het onderzoek:

- ☞ De woningsituatie naar eigendomsituatie in de wijk Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt;
 - Het aantal sociale huurwoningen⁵⁸ als percentage van alle woningen in Almere Buiten en de Bouwmeesterbuurt;
- ☞ De prijssegmentatie van de van de woningen bij realisatie van nieuwbouwwoningen tussen 2000 en 2007;
- ☞ De beroepsbevolking en inkomensverdeling van de inwoners van Almere buiten;
- ☞ Bedrijventerreinenprofiel van Almere Buiten.

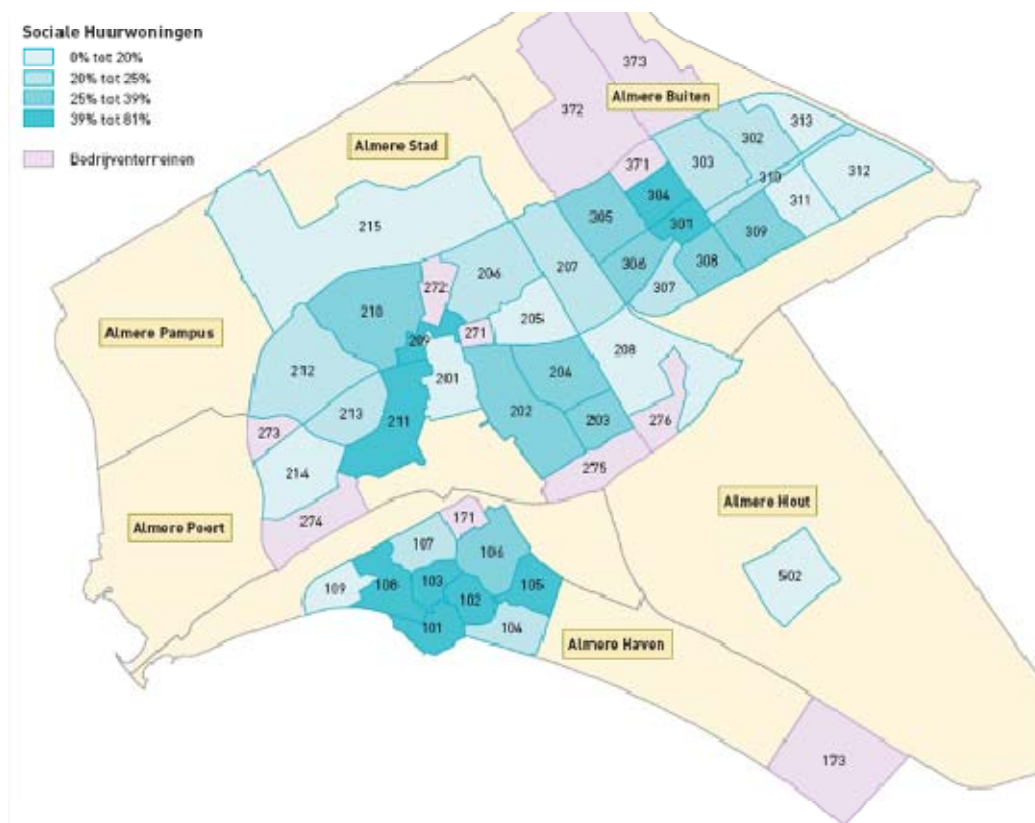
De woningsituatie naar eigendomsituatie

Wijkindeling	eigen woning		part.verhuur		corporaties		aantal woningen	sinds 1 jaar
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %		
Almere Buiten	14.217	70%	906	4%	5.216	26%	20.339	+577
301 Centrum Almere Buiten	126	19%	135	21%	397	60%	658	0
302 Oostvaardersbuurt	1.496	76%	77	4%	398	20%	1.971	0
303 Seizoenenbuurt	1.415	73%	107	6%	407	21%	1.929	0
304 Molenbuurt	896	55%	0	0%	728	45%	1.624	0
305 Bouwmeesterbuurt	1.120	62%	50	3%	630	35%	1.800	+17
306 Landgoederenbuurt	1.039	68%	100	7%	398	26%	1.537	0
307 Fauna buurt	1.217	74%	53	3%	369	23%	1.639	0
308 Bloemenbuurt	1.361	60%	124	5%	781	34%	2.266	0
309 Regenboogbuurt	1.494	72%	82	4%	502	24%	2.078	0
310 Indischebuurt	198	58%	63	18%	81	24%	342	0
311 Eilandebuurt	1.791	83%	73	3%	288	13%	2.152	0
312 Stripheldenbuurt	1.567	85%	42	2%	236	13%	1.845	+408
313 Sieradenbuurt	377	100%	0	0%	0	0%	377	+152
Overig Almere Buiten	120	99%	0	0%	1	1%	121	0

Tabel 49 - Woningen naar eigendomssituatie op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

⁵⁸ Sociale huurwoningen zijn woningen met een huur van maximal € 621,78.



Figuur 52 - Aandeel sociale huurwoningen (in % van alle woningen) op 1 januari 2008

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

De prijssegmentatie van de van de woningen

Uit onderstaande tabel wordt duidelijk dat de huizen in de Bouwmeesterbuurt, die gerealiseerd zijn tussen 2000 en 2007, in segment 2 vallen.

Wijkindeling	woningen gebouwd 2000-2007 naar segment							Idem in %			totaal gebouwd 2000-2007
	I	II	III	IV	V	VI	overig en onbekend	I-II	III-IV	V-VI	
Almere Buiten	261	991	1.162	1.933	1.298	1.195	107	18%	45%	36%	6.947
301 Centrum Almere Buiten					8	29	66	0%	0%	36%	103
302 Oostvaardersbuurt	68	188	197	548	485	378		14%	40%	46%	1.864
303 Seizoenenbuurt	17	64	64	72				37%	63%	0%	217
304 Molenbuurt											0
305 Bouwmeesterbuurt		17									17
306 Landgoederenbuurt											0
307 Faunabuurt		6						100%	0%	0%	6
308 Bloemenbuurt											0
309 Regenboogbuurt											0
310 Indischebuurt			74	59	86	123		0%	39%	61%	342
311 Eilandenbuurt	61	427	360	570	293	424	17	23%	43%	33%	2.152
312 Stripheldenbuurt	89	181	331	600	407	237		15%	50%	35%	1.845
313 Sieradenbuurt	16	94	136	84	19	4	24	29%	58%	6%	377
Overig Almere Buiten	10	14						100%	0%	0%	24

Tabel 50 - Prijssegmentatie bij realisatie, nieuwbouwwoningen 2000 t/m 2007

Bron: Sociale atlas van Almere 2008

Alle nieuwbouwwoningen in Almere zijn geclassificeerd volgens een productsegmentatie. In bovenstaande tabel wordt de segmentatie van alle woningen gebouwd in de jaren 2000-2007 weergegeven.

De globale stichtingskosten per segment in de verschillende jaren (zie onderstaande tabel) bedroegen in euro's:

	2000	2001	2002	2003, 2004	2005	2006	2007
segment 0:	-	-	-	-	415.000 en meer	425.000 en meer	430.000 en meer
segment I:	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp	vrij, individueel ontwerp
segment II:	216.000 en meer	239.000 en meer	256.000 en meer	265.000 en meer	275.000-415.000	280.000-425.000	285.000-430.000
segment III:	166.000-216.000	182.000-239.000	195.000-256.000	202.000-265.000	210.000-275.000	215.000-280.000	220.000-285.000
segment IV:	123.000-166.000	136.000-182.000	147.000-195.000	153.000-202.000	162.500-210.000	165.000-215.000	163.500-220.000
segment V:	98.000-123.000	109.000-136.000	118.000-147.000	122.000-153.000	130.000-162.500	130.000-165.000	133.000-163.500
segment VI:	tot 98.000	tot 109.000	tot 118.000	tot 122.000	tot 130.000	tot 130.000	tot 133.000

Tabel 51 – Globale stichtingskosten per segment 2000 – 2007.

De beroepsbevolking van Almere Buiten

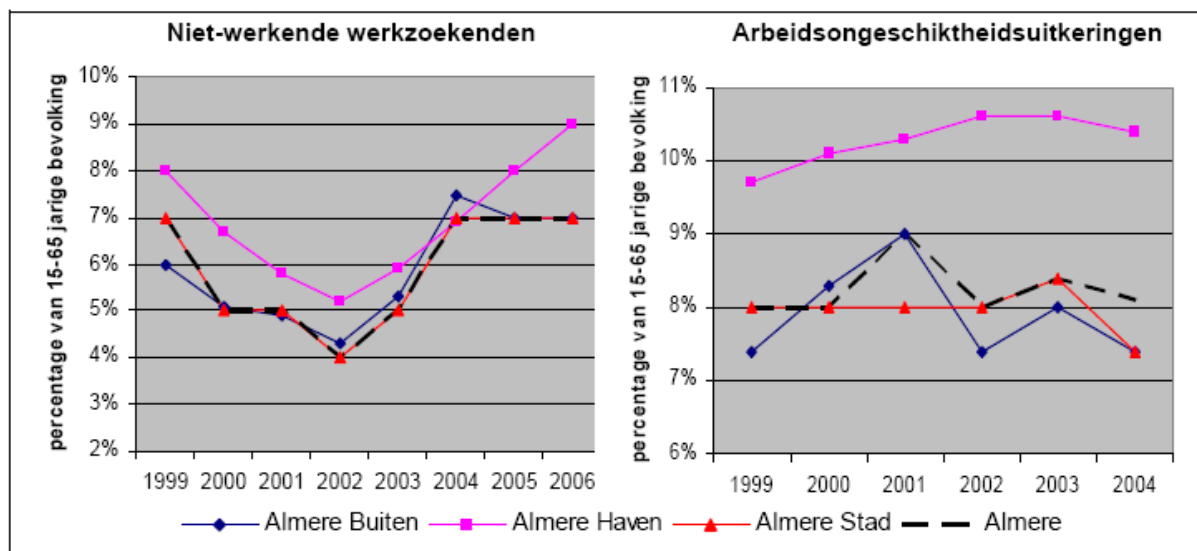
	Almere Buiten	Almere
Inkomen (in 2004)		
Totaal besteedbaar inkomen per huishouden	€28.800	€29.600
Laag inkomen*	40%	39%
Hoog inkomen*	17%	19%
Langdurige minimahuishoudens (2002)	7%	7%
Werkloosheid en Bijstand		
Werkzoekenden als % beroepsbevolking	7%	7%
Bijstand als % huishoudens (2004)	6%	6%
WW-uitkeringen (2004)	3%	3%
Langdurige arbeidsongeschiktheid (2004)	5%	5%
Demografische druk**	59%	59%
Betalingsachterstand		
Huur bij de corporaties (in 2003)	10%	9%

* Laag respectievelijk hoog inkomen is het percentage huishoudens met 52 weken inkomen dat in het voorgaand jaar een gestandaardiseerd huishoudeninkomen had dat lager was dan het 40-procentpunt respectievelijk hoger lag dan het 80-procentpunt van de landelijke inkomensverdeling.

Gestandaardiseerd wil zeggen dat huishoudens van verschillende grootte en samenstelling qua inkomen vergelijkbaar zijn gemaakt met een eenpersoonshuishouden.

** Demografische druk is het aantal economisch niet-actieven (0-19 jaar en 65+) als percentage van de actieve leeftijdsgroep (20-64 jaar.)

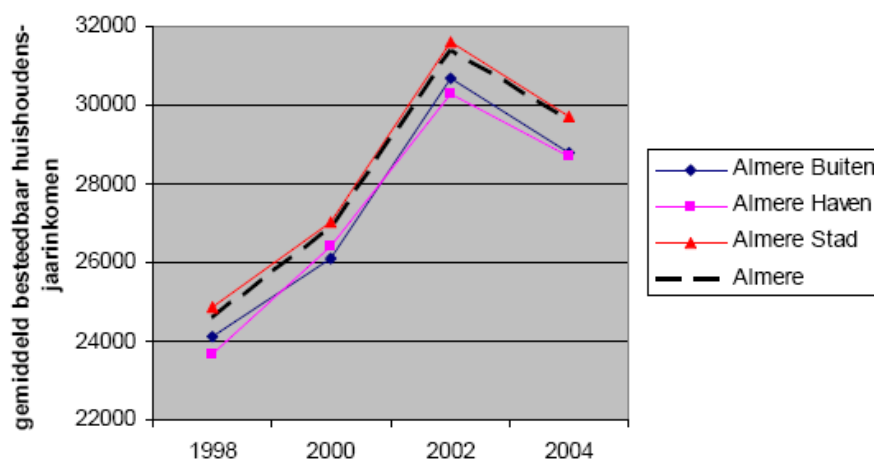
Bronnen: CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004; GBA Almere 2006; Sociale Atlas van Almere 2006, O&S Gemeente Almere



Bronnen: Sociale atlanten van Almere 2001-2006, O&S Gemeente Almere

Figuur 53 - Verloop niet-werkende werkzoekenden en arbeidsongeschiktheidsuitkeringen naar stadsdeel, 2001-2006

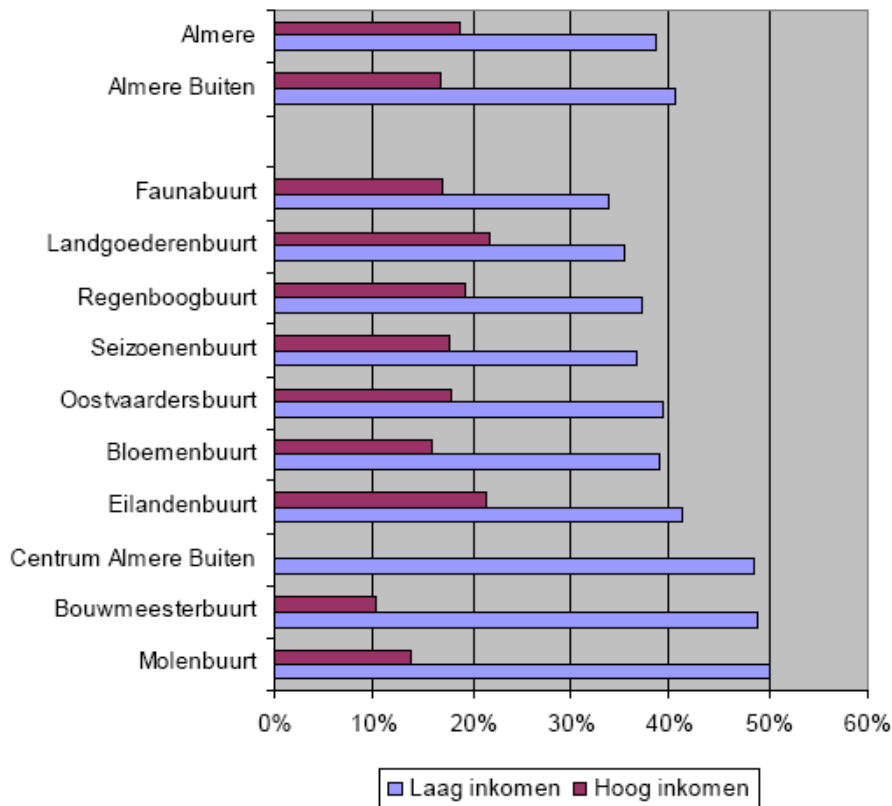
Onderstaand figuur geeft aan dat in de hele stad het gemiddeld besteedbaar inkomen is gestegen in de jaren tussen 1998 en 2002 om daarna een schijnbare daling in te zetten. Deze daling heeft echter te maken met een definitiewijziging van het besteedbaar inkomen door het Centraal Bureau voor de Statistiek waar deze gegevens van afkomstig zijn. Het gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden is in Almere Buiten in 2004 iets lager (€28.800) dan in Almere als geheel (€29.600). Het inkomen van de Buitense huishoudens blijft in de loop van de jaren net onder dat van Almere. Het lagere inkomen wordt niet veroorzaakt door een hoog aantal ouderen met een AOW inkomen, aangezien dit percentage van alle huishoudens met een inkomen in Almere Buiten (11,7%) lager is dan in Almere als geheel (14,4%)⁵⁹. Het lagere gemiddeld inkomen wordt ook niet veroorzaakt door een hoge werkloosheid in Buiten, aangezien die overeenkomt met de werkloosheid in Almere als geheel. Deze gegevens wijzen erop dat Buitenaren minder verdienen dan de gemiddelde Almeerder, wat te maken heeft met de relatief jonge bevolking van het stadsdeel. De 25-45 jarigen, die vaak nog aan het begin van hun loopbaan staan en minder verdienen, zijn oververtegenwoordigd in het stadsdeel en de vaak meer verdienende 45-65 jarigen zijn ondervertegenwoordigd.



Figuur 54 - Ontwikkeling huishoudeninkomens 1998-2004 in Almere, naar stadsdeel

⁵⁹ Bron: CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004

Qua lage huishoudeninkomens doet Almere Buiten het iets minder goed dan heel Almere, en ook het percentage huishoudens met een hoog inkomen is iets kleiner in het stadsdeel dan gemiddeld⁶⁰ in Almere.



Figuur 55 - Inkomensverdeling Bouwmeesterbuurt, naar wijken

Inkomensverdeling: lage en hoge gestandaardiseerde huishoudeninkomens* in Almere Buiten** in 2004.

*Laag respectievelijk hoog inkomen is het % huishoudens met 52 weken inkomen dat in 2004 een gestandaardiseerd huishoudeninkomen had dat lager lag dan het 40-procentpunt (€16.400) respectievelijk hoger lag dan het 80-procentpunt (€26.100) van de landelijke inkomensverdeling.

**De Striphelden-, Sieraden- en Indische buurt zijn afwezig in de figuur vanwege een tekort aan gegevens over 2004.

Bron: CBS, Regionaal inkomensonderzoek 2004

Uit bovenstaande grafiek kan het volgende worden opgemaakt:

- ⌘ In vergelijking met de hele gemeente Almere heeft het stadsdeel Almere Buiten meer inwoners met een laag inkomen en minder inwoners met een hoog inkomen;
- ⌘ Binnen het stadsdeel Almere Buiten hebben de Eilandbuurt en de Landgoederenbuurt de meeste inwoners met een hoog inkomen. De Molenbuurt, Bouwmeesterbuurt en het Centrum van Almere Buiten hebben de meeste inwoners met een laag inkomen;
- ⌘ Het Centrum Almere Buiten heeft geen inwoners met een hoog inkomen. Daarna hebben de Bouwmeesterbuurt en de Molenbuurt het minst aantal inwoners met een hoog inkomen.

⁶⁰ Bron: CBS, Regionaal Inkomensonderzoek 2004

Bedrijventerreinenprofiel Almere Buiten

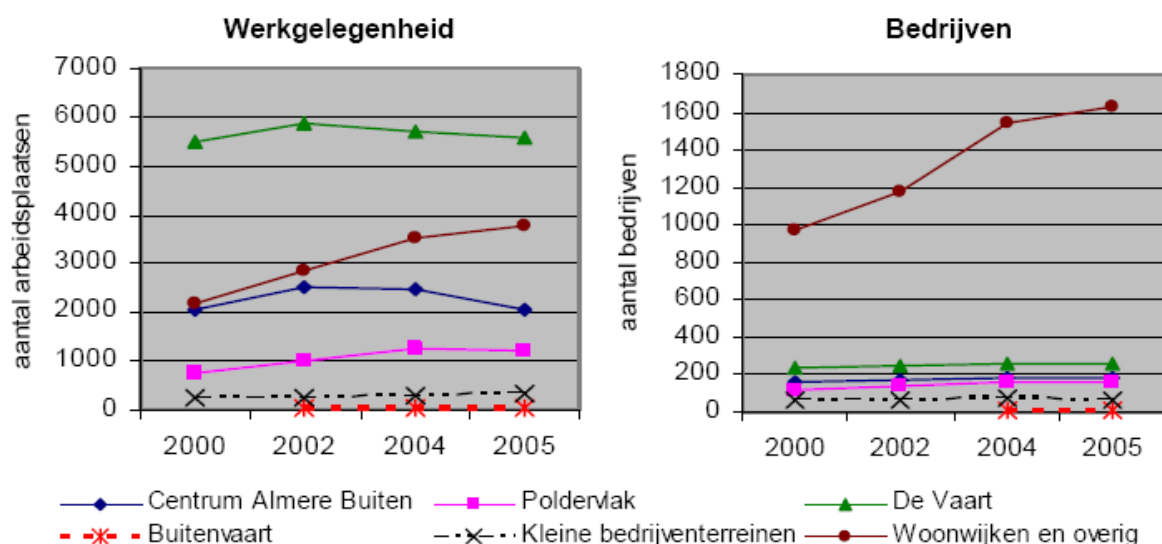
Zowel het totaal aantal arbeidsplaatsen (op bedrijventerreinen, in winkelcentra en in woonwijken) als het aantal bedrijven in het stadsdeel is de afgelopen vijf jaar toegenomen⁶¹. In het jaar 2000 waren er nog 1.537 bedrijven en 10.771 arbeidsplaatsen te vinden in Buiten, in 2005 zijn dit er respectievelijk 2.287 en 12.964. De grootste stijging heeft plaatsgevonden in de sector zakelijke dienstverlening en dan met name in de woonwijken.

Grote bedrijventerreinen

Het totaal aantal bedrijven op de grote bedrijventerreinen (Poldervlak, Vaart en Buitenvaart) in Almere Buiten is tussen 2000 en 2005 gestegen van 340 naar 412. Het aantal arbeidsplaatsen is gestegen van 6.247 in 2000 naar 6.808 in 2005.

Het bedrijventerrein De Vaart herbergt 263 bedrijven in 2005, wat een stijging inhoudt van 30 bedrijven ten opzichte van het jaar 2000. Het aantal arbeidsplaatsen laat echter geen evenredige stijging zien; tussen 2000 en 2002 stijgt het aantal arbeidsplaatsen van 5.505 naar 5.859, om daarna weer te dalen naar 5.562 in 2005.

Het grootste deel van de bedrijven in De Vaart valt de afgelopen vijf jaar onder de handel- en reparatiesector⁴⁹ (31%) gevolgd door de industriesector (24%). De meeste arbeidsplaatsen (55%) zijn echter te vinden in de industriesector. Het gemiddeld aantal werknemers per bedrijf is groot in De Vaart vanwege de arbeidsintensieve industriesector en maar liefst 9% van de arbeidsplaatsen in Almere is dan ook te vinden op dit industrieterrein. In de Vaart bevindt zich bovendien een aanzienlijk groter aandeel bedrijven met een milieurisico dan gemiddeld. In Poldervlak zijn in 2005 166 bedrijven en er vinden 1.222 mensen een baan. Dit is een stijging ten opzichte van het jaar 2000, toen nog niet alle grond was uitgegeven en er nog maar 120 bedrijven waren en 748 arbeidsplaatsen. In bedrijventerrein Poldervlak bevinden zich de laatste vijf jaar vooral handels- en reparatiebedrijven en zakelijke dienstverlening. De meeste arbeidsplaatsen in Poldervlak zijn echter te vinden bij de transport- en communicatiebedrijven. Ook in Poldervlak bevinden zich iets meer bedrijven dan gemiddeld met een verhoogd milieurisico; maar dit is lang niet zoveel als in De Vaart.



Figuur 56 - Ontwikkeling aantal arbeidsplaatsen en bedrijven in Almere Buiten

Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007

⁶¹ Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007.

Terrein/Gebied	Arbeidsplaatsen per bedrijf	Meeste bedrijven	Meeste arbeidsplaatsen	Bedrijven in milieucategorie 3-4*
De Vaart	21	Handel/reparatie	Industrie	27%
Poldervlak	7	Handel/reparatie	Transport/com-municatie	8%
Grote bedrijventerreinen Almere	7	Zakelijke dienstverlening	Zakelijke dienstverlening	3%
Centrum Almere Buiten	11	Detailhandel	Detailhandel	3%
Centrumgebieden Almere	16	Detailhandel	Zakelijke dienstverlening	3%
Kleine bedrijventerreinen	5	Zakelijke dienstverlening	Zakelijke dienstverlening	0%
Woonwijken en overig	2	Zakelijke dienstverlening	Zakelijke dienstverlening	3%

*Grote bedrijven die vergunning- of meldingsplichtig zijn op grond van de Wet Milieubeheer

Tabel 52 - Kenmerken bedrijventerreinen Almere Buiten

Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007

Kleine bedrijventerreinen

De kleinschalige bedrijventerreinen in de Faunabuurt, de Bouwmeesterbuurt en de Eilandenbuurt zijn van recente datum. Alleen het terrein in de Molenbuurt bestaat al lange tijd. In 2005 telden ze allen tezamen 70 bedrijven en 331 arbeidsplaatsen. Dit houdt een stijging in ten opzichte van 2000 toen er nog 60 bedrijven en 255 arbeidsplaatsen waren in de kleine bedrijventerreinen. Deze aantallen zullen verder stijgen vanwege de uitbreiding van het totale oppervlak van de kleine bedrijventerreinen in Almere Buiten. Rond het jaar 2000 waren de meeste bedrijven (28%) en arbeidsplaatsen (30%) te vinden in de handel- en reparatiesector, maar in 2005 is de zakelijke dienstverlening, zowel qua bedrijven (24%) als qua arbeidsplaatsen (31%) de belangrijkste sector geworden. De handel- en reparatiesector komt nu op de tweede plaats.

Sociaal-Cultureel

Allereerst volgt hieronder het sociaal-cultureel aspect voor Almere. Daarna zal worden ingegaan op het stadsdeel Almere Buiten.

Almere

Recreëren kan op vele manieren in en rond Almere. De natuur heeft een heel eigen karakter: jong en uitgestrekt, zowel in de woonomgeving als in het buitengebied. Er is een rijk dierenleven, met vooral veel vogels. Rondom Almere liggen fraaie bossen. Veel recreatie- en natuurgebieden zijn eenvoudig per fiets bereikbaar. De oevers van de randmeren zijn ideaal voor vissers. Voor zwemmen, zonnen en surfen zijn strandjes aangelegd. In Almere Stad is het Weerwater bedoeld voor de kleine recreatieve watersport. Maar ook de weidse Noorderplassen worden steeds meer voor recreatie gebruikt. Daarnaast biedt Almere ook stadsleven, met theaters, restaurants en winkels.

In Almere zijn ook kunst en cultuur voortdurend in ontwikkeling. Almere heeft een gevarieerd aanbod aan theaters, musea, expositieruimten en galerieën. Er worden regelmatig culturele evenementen georganiseerd, sommige met een landelijke uitstraling. De beoefening van kunst, door professionals en amateurs, wordt actief gesteund door de Gemeente Almere.

De Gemeente Almere heeft in 2008 voor de derde keer een onderzoek gehouden naar de deelname van de inwoners aan culturele evenementen en activiteiten in de stad.

Almeeders bezochten iets vaker een culturele voorstellingen (exclusief films) dan in 2005. Tweederde van de bewoners zag een of meerdere films in bioscoop of filmtheater, in de meeste gevallen in Almere zelf. van de overige culturele voorstellingen werd 60-80% in Almere bezocht. Vooral jongeren bezoeken culturele voorstellingen. Hoe ouder men is, hoe minder vaak men een culturele voorstelling bezoekt. Ook hoger opgeleiden en gezinnen met kinderen bezoeken vaker voorstellingen dan anderen.

In 2008 deden meer Almeeders in hun vrije tijd aan kunstzinnige activiteiten, zoals zingen, tekenen of boetsen. Festivals werden in 2008 over het algemeen evenveel bezocht als in 2005.

Recreatie in Almere

In het kader van het Integraal Ontwikkelingsplan Almere (IOP) is de Almeerse recreatieve behoefte onderzocht. De bestaande groene en blauwe ruimte wordt tot circa 2020 als voldoende beoordeeld, aangezien de stad beschikt over veel meer groen dan in steden van vergelijkbare omvang. Maar bij verdere groei van de stad zal een aanvullende behoefte aan recreatief groen ontstaan. Die behoefte ligt tussen de 350 en 1400 hectare. Dit wringt met de planontwikkelingen, want die zullen een beroep doen op de groene reserves. Gevolg is dat het groen de komende jaren verder onder druk komt te staan. Dat is riskant, te meer omdat groen in de stedelijke ontwikkeling en in het stedelijk beheer vooral wordt beschouwd als restgebied, waarvoor niemand echt verantwoordelijk is. De natuurgebieden aan de buitenrand zijn nog weinig ontsloten en grotendeels casco. Er zijn veelbelovende initiatieven, zoals het bezoekerscentrum in aanbouw bij de Oostvaardersplassen. De ontwikkeling van boswachterij Almeerderhout - met De Kemphaan en het Eksternest - heeft ertoe geleid dat jaarlijks 100.000 mensen dit gebied bezoeken. Deze initiatieven lijken echter nog te incidenteel en te weinig met elkaar verbonden.

Evenementen in Almere

Almere heeft een actief evenementenbeleid en trekt op die manier een groeiend aantal bezoekers. Bekende voorbeelden zijn het Havenfestival, Triathlon, Libelleweek, Defqon en de zomervoorstellingen van Vis á Vis aan het Almeerderstrand. Niet voor niets is Almere al eens Evenementenstad van het jaar geweest en zijn meerdere nationale prijzen voor haar evenementen in de wacht gesleept. De bovenregionale uitstraling van deze evenementen verdient echter versterking. Bezoekers van evenementen op het Almeerderstrand kunnen bovendien meer verleid worden om de stad in te gaan.

In 2001 was Almere evenementenstad van het jaar. Hoewel die eerste plaats niet meer is geëvenaard, scoort Almere in gemeentelijke vergelijkingen jaarlijks hoog met zijn evenementen. Het aantal bezoekers aan evenementen is de afgelopen drie jaar sterk gestegen, van 425.000 in 2004 naar 582.000 in 2006. Van de bijna 1,1 miljoen bezoekers aan bovenlokale evenementen in Flevoland nam Almere bijna de helft voor haar rekening. Almere beschikt over een aantal aantrekkelijke evenementenlocaties.

Toekomstvisie Vrije Tijd Almere

De vrijetijdssector biedt Almere grote kansen. Cultuur, sport, amusement, recreatie, winkelen en uitgaan, bepalen in niet geringe mate de identiteit van Almere. De verwachte schaa sprong naar 350.000 inwoners in 2030 vergt grote aanpassingen in het stedelijk gebied, versterking van de economische infrastructuur, verbetering van de OV- en wegontsluiting en uitbreiding met circa 60.000 woningen in nieuwe uitleglocaties aan de oostkant en het westelijk gebied. De gemeente Almere is hiertoe gestart met het ontwikkelen van een structuurvisie 2030+. Eind 2009 beslist de gemeenteraad definitief over het wel of niet doorgaan van de schaa sprong.

Wijkvoorzieningen in Almere

Op het niveau van de wijk zijn er op voorzieningengebied knelpunten te constateren. Het ontbreekt in veel wijken nog aan laagdrempelige voorzieningen en plekken waar gesport en

gespeeld kan worden. Aan plekken dus waar jongeren hun vrije tijd kunnen doorbrengen, waar buurtgenoten elkaar op een natuurlijke manier kunnen ontmoeten, waar bandjes kunnen oefenen en waar een podium is voor de amateurverenigingen. De goede voorbeelden die er zijn, waaronder playground Clarence Seedorf in Stedenwijk, buurtcentrum Cartoon in de Stripheldenbuurt en de Glasbak in de Muziekwijk, laten zien hoe goed dat kan uitwerken. Dit soort voorzieningen maken de wijken levendiger en aantrekkelijker.

Almere Buiten

Voorzieningen Almere Buiten

In de Sociale Atlas van Almere staat per wijk de gemiddelde afstand die een bewoner hemelsbreed moet afleggen tot een aantal voorzieningen: buurtcentrum, gezondheidscentrum, basisschool, peuterspeelzaal, speelgelegenheid en buurtsupermarkt. Buurtcentra zijn dun gezaaid in Almere Buiten. Dit blijkt uit de veel langere afstand dan gemiddeld die een bewoner van Almere Buiten moet afleggen tot een buurtcentrum (onderstaand tabel). Ook doet de gemiddelde Buitenaar er wat langer over om bij een speelgelegenheid of buurtwinkel te komen. Vooral de nieuwste buurten (Sieradenbuurt, Stripheldenbuurt, Eilandenbuurt en Oostvaardersbuurt) ontberen deze voorzieningen.

	Buurt-centrum	Gezondheidscentr.	Basis-school	Peuter-speelzaal	Speelge-legenheid	Buurt-winkel
Almere Buiten	1.210	560	320	390	210	540
Almere	790	570	330	410	150	460

Tabel 53 - Gemiddelde afstand tot voorzieningen in Almere Buiten

Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007

Uit bovenstaande tabel kan worden opgemaakt dat veel voorzieningen in Almere Buiten een grotere loopafstand hebben in verhouding met de gemiddelde afstand tot voorzieningen in Almere.

	Almere Buiten	Almere
Voorzieningen voor jongeren in de openbare ruimte (zoals trap- of basketbalveldje)	42%	42%
Winkels	47%	41%
Speelvoorzieningen voor kinderen (t/m 12 jaar)	39%	37%
Ontmoetingsplekken	37%	32%
Sportvoorzieningen	37%	29%
Religieuze voorzieningen	19%	15%
Kinderopvang	10%	10%
Scholen	4%	5%

Tabel 54 - Voorzieningen die (veel) te weinig aanwezig zijn volgens bewoners, in %

Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007



Figuur 57 - Voorzieningen in Almere Buiten
Bron: Almere Buiten, Stadsdeelanalyse 2007

Bovenstaande figuur laat zien dat er nauwelijks voorzieningen in de wijken Sieradenbuurt en Stripheldenbuurt te vinden zijn.

Volgens de stadsdeelanalyse 2007 van Almere buiten, is Almere Buiten met 37% groene oppervlakte een iets minder groen stadsdeel dan Almere Stad (40%) en Almere Haven (48%). De Indische buurt is met 4% de minst groene wijk, gevolgd door de Eilandenuit (15%) en het centrum (17%). De Seizoenenbuurt heeft een groene oppervlakte van 50%, en is hiermee de meest groene wijk. Er zijn geen grote parken in Almere Buiten maar wel een aantal groenblauwe aders (water- en groenstroken) die dwars door het stadsdeel heen lopen.

De ligging van het stadsdeel aan de Oostvaardersplassen biedt kansen voor recreatie. Het 'naar binnen halen van de buitengebieden' is dan ook een belangrijk onderdeel van het programmaplan voor Almere Buiten. Door het verbeteren van de bereikbaarheid van dit natuurgebied is heeft de gemeente Almere de bedoeling de Oostvaardersplassen meer één geheel te laten vormen met het stadsdeel.

Centrumplan Almere Buiten (Buitenmere)

Op 23 december 2004 heeft de gemeenteraad ingestemd met het Ontwikkelingsplan voor het Centrumplan Almere Buiten. Het plan beoogt het voorzieningenniveau van Almere Buiten op een bij de omvang van het stadsdeel passend niveau te brengen. Het plan voorziet in de toevoeging van winkels, leisurevoorzieningen, woningen, een politie- en stadsdeelkantoor en bijbehorende parkeervoorzieningen. Het plan bevat ook herstructureringselementen en beoogt mede de leefbaarheid (veiligheid) van het centrum te verbeteren.

Kern van het Masterplan Centrumplan Almere Buiten wordt evenwel gevormd door de haalbaarheid van de in ruimtelijk

opzicht met het Ontwikkelingsplan uitgewerkte plannen. Essentieel daarbij zijn:

- ⌘ De medewerking van de vastgoedeigenaren in het centrum;
- ⌘ De financiële haalbaarheid in termen van een sluitende grondexploitatie;
- ⌘ De bereidheid van ontwikkelende partijen om realisatieovereenkomsten met de gemeente aan te gaan, blijkend uit overeenstemming over de te hanteren grondprijzen;
- ⌘ De ontwikkeling en financiering van de grotendeels gebouwde parkeervoorzieningen in het plangebied.

Met ingang van het Masterplan Centrumplan Almere buiten wordt tot 2012 gebouwd aan een compleet en compact centrum dat past bij een inwonertal van (ruim) 50.000 inwoners. Onder andere Ca. 20.000 m² aan winkels komt erbij, zo'n 300 woningen, 10.000 m² aan horeca, maatschappelijke voorzieningen en andere vrijetijdsvoorzieningen en verschillende parkeergarages.

De afbeeldingen hieronder geven weer wat de hotspots in Almere Buiten zijn, die volgens het Masterplan worden gerealiseerd.



Figuur 58 - Hotspots realisatie Masterplan Centrumplan Almere Buiten

Bron: Gemeente Almere

- A. Nu parkeerterrein, straks ondergrondse parkeerkelder met daarboven winkels in twee lagen en woningen. In het noordelijk deel komt onder andere de nieuwe C1000. Noordelijk deel: start bouw najaar 2007, oplevering gefaseerd najaar 2008 - najaar 2009. Zuidelijk deel: start bouw eind 2008, oplevering gefaseerd najaar 2009 - voorjaar 2010;
- B. Het gezondheidscentrum wordt vernieuwd en uitgebreid met woningen. Planning nog niet definitief;
- C. Nu stadsdeelkantoor, straks een multifunctioneel gebouw met ruimte voor vrijetijdsvoorzieningen, sociaal culturele functies en uitgaansvoorzieningen. Dit gebouw grenst aan het leisureplein (= ontspanningsplein). Daarnaast is er ruimte voor kantoren en een fietsenstalling. Start bouw begin 2011, oplevering medio 2012;
- D. Het blok waar nu de C1000 zit, wordt geheel vernieuwd. Hiervoor terug komen winkels met woningen erboven en een extra winkelstraatje. Start bouw medio 2009, oplevering medio 2010;
- E. Ook het blok, waar nu de bibliotheek zit, wordt volledig vernieuwd met winkels. Aan de zuidzijde komt een groot plein voor horeca met terrassen. Hierboven komen ook woningen. Start bouw eind 2009, oplevering eind 2010 - begin 2011;
- F. Aan het Noordeinde komt een doorgetrokken winkellint, ook onder het stationsgebouw. Planning nog niet definitief;
- G. Aan de kop van het Globeplein komen winkels en woningen. De huidige Albert Heijn wordt verplaatst, hiervoor komen winkels terug met woningen er boven. Start bouw voorjaar 2009, oplevering gefaseerd voorjaar - najaar 2010;
- H. Rond de Rio de Janeirostraat komen twee supermarkten (een nieuwe Albert Heijn en Lidl) en parkeergarages. Daarnaast wordt er een waterpartij aangelegd met een mooi plein. Door de verplaatsing van de Lidl ontstaat aan het Globeplein weer ruimte voor kleinere winkels en horeca. Start bouw najaar 2007, oplevering gefaseerd najaar 2008 - voorjaar 2009;
- I. Aan de zijde van de Rio de Janeirostraat komt commerciële dienstverlening (banken, uitzendbureaus en dergelijke), mogelijk kleine winkels en een parkeerterrein. Het manifestatieterrein behoudt een groene uitstraling met gras en enkele heuvels aan de rand. Start bouw eind 2008, oplevering gefaseerd najaar 2009 - medio 2010.

Technologisch

Het technologisch aspect van de DESTEP-analyse zal ingaan op Almere als kennisstad (AKS). Hierin wordt beschreven hoe dit wordt gerealiseerd en wat de bijdrage hieraan is voor de stad.

Missie Almere Kennisstad

Het programma Almere Kennisstad stelt zich ten doel een bijdrage te leveren aan de economische en sociale ontwikkeling van Almere door ICT in te zetten in de verschillende sectoren van de samenleving. Daarnaast heeft het programma tot doel de positie van Almere in Nederland en in het bijzonder de Noordvleugel van de Randstad te versterken.

Deze algemene doelstelling bestaat uit 3 hoofddoelen of gewenste (lange termijn) effecten.

Bijdrage Almere Kennisstad

Het programma Almere Kennisstad draagt bij aan:

- ⌘ Sterkere economische groei en werkgelegenheidsontwikkeling (welvaart);
- ⌘ Hogere kwaliteit van dienstverlening (welbevinden);
- ⌘ Beter imago (profilering en promotie).

Sterkere economische groei en werkgelegenheidsontwikkeling

Investeren in de ontwikkeling en toepassing van ICT in bedrijven is een noodzakelijke maar overigens niet voldoende voorwaarde voor de economische en werkgelegenheidsgroei. Het programma zal daarom vooral activiteiten en projecten ondersteunen die:

- ⌘ Het innovatieklimaat en de daarvoor benodigde infrastructuur versterken;
- ⌘ De toename bevorderen van bedrijven die innoveren, in het bijzonder in de (kennisintensieve zakelijke) dienstverlening.

Daarnaast wordt in samenwerking met intermediaire organisaties als Syntens, de Kamer van Koophandel en brancheorganisaties gezocht naar initiatieven die bijdragen aan het gebruik van ICT in het overige midden- en kleinbedrijf (MKB).

Hogere kwaliteit van dienstverlening

Het gebruik van ICT in maatschappelijke sectoren als onderwijs, gezondheidszorg, veiligheidszorg en mobiliteit dragen in belangrijke mate bij aan kwaliteitsverbetering en kostenbeheersing. Kwaliteitsverbetering vooral op het vlak van de bereikbaarheid (vanwege dalende kosten) en beschikbaarheid (onafhankelijk van plaats en tijd) van dienstverlening in deze sectoren. De uitdaging voor AKS is steeds om zoveel mogelijk projecten te initiëren en te faciliteren die enerzijds het lokale en regionale bedrijven en instellingen aanzetten tot en helpen bij innovaties en anderzijds - gelijktijdig - verbeterde maatschappelijke dienstverlening opleveren op voornoemde terreinen. De overheid en in het bijzonder de gemeentelijke overheid zal moeten laten zien dat elektronische dienstverlening meerwaarde heeft voor de burger. De wensen en eisen van de klant, van het individu staan centraal. De overheid moet vaker en persoonlijker met dat individu communiceren om de relatie tussen burger en overheid ingrijpend te verbeteren. De technologie kan daarbij helpen.

Beter imago

Bij het imago van een moderne stad past heel wel het voorop lopen bij het gebruik van ICT in de onderscheiden sectoren van de samenleving. Almere, toonaangevend op het gebied van Kennis & Innovatie. Een stad die als eerste in Europa volledig is voorzien van glasvezel tot in ieder bedrijf, kantoor en woning en daardoor in staat is schaalvoordelen te benutten van het aanbod aan diensten over deze supersnelle verbindingen. Een stad die bovendien dit imago versterkt ziet door de vestiging van toonaangevende bedrijven en instellingen op het gebied van onderzoek, ontwikkeling, productie en distributie van digitale content en aanverwante dienstverlening. Daarbij loopt de gemeente zelf voorop in haar digitale dienstverlening aan de burgers van Almere en draagt aldus bij aan het imago van Almere als Kennisstad.

Het programma Almere Kennisstad is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van de gemeente Almere en de provincie Flevoland, in het kader van de investeringsimpuls Flevoland - Almere.

Investeringsimpuls Flevoland – Almere

De provincie wil meer aandacht besteden aan het stedelijk gebied binnen Flevoland en daarbinnen in het bijzonder aan de gemeente Almere. Almere moet zich ontwikkelen tot een grote stad.

Stedelijke ontwikkeling Almere

Om de doelen van het Omgevingsplan Flevoland 2006 te bereiken is gekozen voor een aantal speerpunten. Een van de speerpunten is de Investeringsimpuls Flevoland Almere. Dit is een stimuleringsfonds of investeringsprogramma met een looptijd van 2006 tot 2020. In die periode wordt door de provincie Flevoland in totaal 100 miljoen euro uitgetrokken voor nieuwe projecten ten behoeve van de stedelijke ontwikkeling van Almere. Dit gebeurt in 3 tranches. De eerste tranche van 35 miljoen euro loopt van 2006 tot 2010. De tweede tranche loopt van 2011 tot 2015 en de laatste tranche loopt van 2016-2020.

Uniek stedelijk klimaat

Het doel van het investeringsprogramma is het realiseren van krachtige impulsen voor de ontwikkeling van een uniek stedelijk klimaat in Almere en het versterken van de economische positie van Almere binnen de Noordvleugel van de Randstad. Het gaat hierbij om impulsen voor ideeën, ondernemingen en mensen. Almere blijft hierdoor duurzaam aantrekkelijk. Het gaat om investeringen in de sociale, culturele en economische infrastructuur en om investeringen in een groenblauwe stad. Projecten moeten in één of meer van de programmalijnen vallen:

1. Versterking economische structuur;
2. Kwaliteitsslag groenblauwe stad;
3. Versterking voorzieningenstructuur;
4. Versterking Hoger onderwijs en middelbaar beroepsonderwijs;
5. Infrastructurele knelpunten.

Goedgekeurde projecten

In de eerste tranche zijn ondertussen een aantal projecten goedgekeurd. Dit betekent dat de projectovereenkomst door B&W van Almere en Gedeputeerde Staten van Flevoland is ondertekend en dat er een subsidiebeschikking door de provincie is afgegeven.

Het gaat om:

- International New Town Institute;
- Almere Health City;
- Almere Kennisstad/Innovatiefonds;
- Voorfinanciering Zeewolde voor participatie Almere Oost en OostvaardersWold;
- Oostkavels.

Ecologisch

Ecologisch Masterplan

De burgers zijn erg tevreden met het groen en het water in de stad. Dit is het visitekaartje van Almere. Stadsnatuur is een belangrijke kwaliteit die de leefbaarheid van de stad vergroot. Het bestuur van de stad wil de kwaliteit versterken. Daarom heeft zij een Ecologisch Masterplan laten opstellen.

De afgelopen drie jaar is gewerkt aan het Ecologisch Masterplan. Na de onderzoeksfase (2003) en de visiefase (2004) is in 2005 de derde fase, de planfase, doorlopen. De acht uitgangspunten voor de natuur in Almere die in de visiefase zijn opgesteld, zouden uitgewerkt moeten worden in een kaderplan. Een groot deel van de uitgangspunten zijn inmiddels al uitgewerkt in diverse projecten van het programma Almere Blauwgroene Stad. Het college heeft daarom besloten de uitwerking en bewaking van de voortgang van alle uitgangspunten in het programma onder te brengen. Een kaderplan is hierdoor overbodig.

Almere heeft vele parken, natuurgebieden, plassen en bosgebieden. Op dit moment behoort Almere bij de Nederlandse top van steden, die een rijke blauwgroene omgeving hebben. Gezien de ligging van Almere in de volle Randstad is dit een opmerkelijke kwaliteit. De bewoners van Almere geven keer op keer aan deze kwaliteit van de woonomgeving hoog te waarderen.

Het groen en het water hoort bij Almere. Nu en ook in de toekomst. In de bestaande stad, en ook in de nog te ontwikkelen woongebieden. De gemeente heeft de ambitie de blauwgroene omgeving voor de toekomst te behouden en verder uit te breiden.

Natuurcentrum het Eksternest

Natuur- en milieueducatie spelen ook een grote rol in de Almeerse samenleving. Het gemeentelijk Natuur- en milieucentrum het Eksternest heeft sinds haar bestaan in 1982 als belangrijkste taak het geven van natuur- en milieu-educatie. Jaarlijks maken Almeerse basisscholen ruim 2.500 maal gebruik van het dienstenpakket van het Eksternest.

Missie

Natuurcentrum het Eksternest heeft als taak het vergroten van de betrokkenheid van de inwoners van Almere bij hun groene en blauwe leefomgeving.

Educatie

Het educatief programma wordt aangeboden in de vorm van een jaarprogramma. Het bestaat uit een breed scala van activiteiten waarbij kinderen kennis kunnen maken met de natuur in Almere en meer betrokken worden bij hun omgeving. De activiteiten vinden plaats bij school of op locatie en zijn ingedeeld naar leeftijdsgroepen.

Een maal per jaar worden de jaarprogramma's per post gestuurd naar het primair onderwijs in Almere.

Betekenis voor Almere

Beleving van het blauw en groen in Almere bevorderen, voor jongeren en voor ouderen.

Het Eksternest biedt jaarlijks ruimt tachtig scholen in Almere hulp bij het natuur- en milieuonderwijs.

Inwoners van de groenblauwe stad Almere

Op de rand van de Oostvaardersplassen wordt een natuurbelevingscentrum gerealiseerd waar stad en grote natuur met elkaar in contact komen.

In het Vroege Vogelbos komt een schaapskooi waar zorg, recreatie, educatie en beheer samengaan.

Bij dit project wordt samengewerkt met Landschapsbeheer Flevoland en stichting TriAde.

In de stad worden kinderboerderijen opgezet, bijvoorbeeld in het Den Uylpark.

De natuur in Almere wordt onder de aandacht van de inwoners gebracht. In 2005 met de Natuurklok en in 2006 met het marketingplan boswachterij Almeerderhout.

Het Eksternest participeert in het Infopunt op het stadslandgoed, waar informatie wordt verstrekt over de natuur van Almere.

Betekenis voor verenigingen

Groene verenigingen krijgen hulp in de vorm van huisvesting en advies.

Het natuurcentrum fungeert als subsidieloket voor groene initiatieven. Er wordt deelgenomen aan het platform Natuur en Milieu in Almere, waarbij afstemming en onderlinge samenwerking voor natuur en milieu centraal staan.

Politiek-Juridisch

In deze analyse komt het coalitieakkoord van de gemeente Almere aan bod. Dit coalitieakkoord is opgesteld in 2006 en loopt tot 2010.

PvdA, VVD en CDA/CU hebben dit akkoord gesloten voor de vorming van een nieuw college van burgemeester en wethouders in Almere. Het akkoord is getiteld "Voor een sociaal, ambitieus en avontuurlijk Almere" en omvat afspraken over een ambitieus beleid voor de komende vier jaar met een kwalitatief hoogwaardig bestuur.

De ambities/ speerpunten van de gemeente zijn:

Focus op de stad

Almere wordt een steeds grotere stad en ambieert nog een omvangrijke toekomstagenda van stedelijke groei. Maar Almere is al wel een stad van bijna 186.000 inwoners. Het bestuur richt zich op de unieke mogelijkheden en kansen van Almere, maar ook op de problemen van de stad in zijn huidige vorm. Grootstedelijke problemen zullen duidelijk worden benoemd en er zal worden ingegrepen wanneer zaken niet goed gaan. Verdere groei is gewenst, maar dan wel in samenhang met het behoud en verbetering van de kwaliteit van de gehele stad. Het onderscheid tussen de bestaande stad en nog te ontwikkelen gebieden moet verdwijnen. Er moet meer waardering zijn voor hetgeen al is bereikt en voor de kwaliteit van de bestaande infrastructuur, voorzieningen en instellingen.

Niemand aan de zijlijn

Levensvatbaarheid van de stad valt of staat bij meedoen. Niemand mag worden buitengesloten. Alle Almeerders moeten volwaardig aan het sociale, economische en culturele verkeer kunnen deelnemen. Dat betekent niet dat de gemeente Almere iedereen gaat beschermen onder een warme, knusse deken. Het gaat eerder om een vangnet dat moet voorkomen dat mensen hun plaats in de samenleving kwijt raken. In de ogen van het college worden mensen die dat, om wat voor reden dan ook, tijdelijk nodig hebben, even bij de hand genomen om ze daarna weer los te laten. Daar zitten harde en zachte kanten aan. Armoede en achterstand moeten worden tegengegaan om te voorkomen dat de tweedeling in de samenleving zo diep wordt of dreigt te worden dat mensen die niet meer kunnen overbruggen. Maar mensen moeten ook worden gewezen op hun eigen verantwoordelijkheid: tegenover rechten staan ook verplichtingen.

Samenwerking, partnerschap en omgeving

De gemeente Almere kan haar ambities nooit alleen waarmaken. Ambities en verantwoordelijkheden moeten worden gedeeld met burgers en maatschappelijke organisaties. De gemeente kan het niet alleen en gaat ook niet over alles: een goed bestuur maakt duidelijk wanneer het zal optreden en wanneer het zal terugtreden. Hierdoor komt er meer ruimte voor het initiatief van anderen. Almere zit vol met creatieve en initiatiefrijke burgers, instellingen en organisaties. Dit bestuur zal een nieuw partnerschap met de stad aangaan bij het bereiken van gemeenschappelijke doelen. Dat vraagt om een forse investering in vertrouwen, in goed overleg en duidelijke afspraken over rollen en verantwoordelijkheden. Er moet een sfeer ontstaan waarin men elkaar succes gunt en wederzijds respect ontstaat voor ieders bijdrage. Tegelijkertijd speelt een deel van de toekomst van Almere zich af aan onderhandelingstafels met onze omgeving, met het rijk en de regio. Almere zal aan die tafels een volwaardige gesprekspartner blijken te zijn.

Toegankelijke en dienstbare overheid

Wie de gemeente nodig heeft, moet weten waar hij/ zij moet zijn. Daarbij speelt service/ dienstverlening een belangrijke rol. Burgers kunnen immers niet kiezen bij welke overheid ze aankloppen. Geen onnodige drempels en onduidelijke procedures, maar een moderne servicegerichte organisatie die zorgvuldig is en adequate informatie levert. De 'producten' die de overheid levert moeten van hoge kwaliteit zijn, maar burgers en maatschappelijke organisaties moeten ook zien dat de overheid soms moeilijke afwegingen moet maken en niet altijd 'ja' kan zeggen.

Een veilige stad

Bewoners moeten zich veilig voelen in hun huis, hun straat, in het openbaar vervoer, het buurthuis en het winkelcentrum. Kinderen moeten veilig naar school en naar de sportclub kunnen. Overlast en criminaliteit moeten worden voorkomen en stevig aangepakt. Daarvoor is een integrale aanpak nodig. Het college grijpt in voor de onveiligheid nog verder toeneemt. Het college zal hard zijn tegen diegenen die zich misdragen of de wet overtreden, maar ook de oorzaken van ongewenst gedrag hard aanpakken.

Verantwoordelijk en democratisch bestuur

Besturen betekent verantwoorden. De coalitie wil een college dat met een ruim mandaat kansen benut en problemen oplost. Het moet duidelijk zijn welke zaken het eerst worden gedaan. De ambities uit dit akkoord zullen in een concreet werkplan voor 4 jaar worden uitgewerkt in tijd, geld en te bereiken resultaten. Het college mag hier op worden afgerekend. Over dit werkplan wordt regelmatig verantwoording afgelegd aan de gemeenteraad in een aparte cyclus, voorafgaand aan de begroting.

Financiële spelregels

Een gezonde financiële huishouding is gebaseerd op een integrale afweging van risico's en duidelijke planning & control. Binnen het college is de eindverantwoordelijkheid voor dit risicomanagement, planning & control eenduidig vastgelegd. Onder die eindverantwoordelijkheid wordt de beschikbaarheid van middelen voor exploitatie van en investering in gemeentelijke activiteiten inzichtelijk gemaakt en vervolgens wordt over de verdeling van beschikbare middelen op collegiale wijze besloten. Het college zal inzichtelijk maken welk deel van de begroting en het investeringsprogramma daadwerkelijk politieke sturing behoeft. Vertrekpunt is een solide financieel beleid: een sluitende begroting en gezond meerjarenperspectief. Geld moet worden verdiend voordat het kan worden uitgegeven en structurele uitgaven worden niet door incidentele inkomsten gedekt. Almere gaat investeren in plaats van subsidiëren. Ook worden uitgaven duidelijk gekoppeld aan te bereiken doelen. Tarieven zijn kostendekkend. Lokale belastingen worden geïndexeerd binnen de wettelijke norm. De norm voor de saldireserve wordt verlaagd.

Programma prioriteiten

De huidige collegepartijen hebben 4 clusters van prioriteiten aangegeven waarop concrete doelstellingen zijn terug te voeren. Nadrukkelijk worden doelen niet specifiek gekoppeld aan traditionele portefeuilles en diensten. De 4 clusters van prioriteiten zijn:

1. Samen aan het werk: economische antwoorden op sociale ontwikkelingen;
2. Een stevig sociaal fundament en een krachtige civiele samenleving;
3. Mensen en stenen: een samenhangend perspectief op het beheer van de directe leefomgeving;
4. Een evenwichtige ruimtelijke ontwikkeling van Almere.

Kwalitatief (veld)onderzoek

Groepsgesprekken

Er zijn groepsgesprekken met ouders geweest op de Piramide en de Manse. Het was wegens omstandigheden helaas niet mogelijk om binnen de onderzoeksperiode een groepsgesprek te organiseren op de Trinoom.

PO de Piramide

Datum: 16 april 2009

I: Interviewer
R#: Respondent #

I: Hoe zijn jullie tot deze school gekomen/ Waarom hebben jullie gekozen voor de Piramide?

R1: Ik woon in de Landgoederenbuurt, dus ik heb een beetje in de buurt rondgekeken want de landgoederenbuurt heeft geen scholen.

Ik liep hier naar binnen en ik vond de sfeer hartstikke leuk, tegenover de andere scholen: Er was een school die gigantisch groot was en ik dacht ik loop in een voortgezet onderwijs school en dat vond ik voor een vierjarige te fel en te groot, helemaal niet gezellig.

Ik vond deze school lekker licht, lekker gezellig, mooi versierd. We kwamen hier binnen en konden de juiste ingang niet vinden. We werden toen begroet door hele vriendelijke leerkrachten en zo.

Dus eigenlijk het uiterlijk van de school, de vriendelijkheid van de school, de kleinheid van de school. Het is huiselijk en vriendelijk. Dat was mijn eerste indruk.

R2: Bij mij is het gegaan via de peuterspeelzaal. En mijn zoontje zat hier al. Alleen had ik hem eerst op een andere school gezet want ik dacht dichterbij, dat is makkelijk voor mij, dan hoeft ik niet te ver te gaan. Alleen ging het mis op die school en toen dacht ik 'Nee, ik ga weer terug bij de Piramide want hier ken ik het al, iedereen is vrolijk, blij, leuk, iedereen praat met je, ze begrijpen je beter' en hier waren we al gewend. Zodoende ben ik gewoon hier gebleven.

R3: Nou, bij mij is het een heel ander verhaal. Mijn kleinkinderen zitten dus hier op school. Ik heb de ervaring van mijn eigen kinderen die hier op school hebben gezeten. Een goeie ervaring. Mijn oudste kleindochter is hier ook geweest en mijn andere kleinkinderen ook. Dus ja de ervaring was altijd positief, dus vandaar was de keuze heel makkelijk. Ik ben gewoon doorgegaan. Geen nare ervaringen met de school gehad. Een positief verleden dus.

R4: Ja, dit is de dichtstbijzijnde school, dus...

R5: Ik kon kiezen uit drie scholen: de Trinoom, de Manse en deze. Bij de Manse kon je toen stemmen en toen ben ik daar binnengestapt en toen dacht ik van 'nee, dit is het niet'. En toen reden we in de buurt en toen inderdaad wat jij (R1) zegt: je komt hier langs en het was

vrolijk en licht, en ja, dat deed het hem gewoon. En de sfeer op de Manse was te donker. Toen ik ging zoeken was die niet goed en ik ben heel tevreden dat mijn kind dus hier op zit. Goed contact, klein en sfeervol en je kunt echt alle leraren spreken.

I: En heeft het onderwijskundig concept een rol gespeeld bij de keuze van deze school? Zo is de Trinoom een Montessori school en de Manse is een reguliere school?

R3: Bij mijn kleinkinderen niet, maar bij mijn eigen kinderen heb ik wel heel bewust voor een openbare school gekozen.

R2: Nee.

R3: Nee ook niet echt nee.

R5: Nee, maar het heeft wel goed uitgepakt. Ze besteden goed aandacht en begeleiden goed. Als er wat is spreken ze je goed meteen aan op het schoolplein en dat vind ik het fijne hier.

R1: Je eerste keus is best moeilijk want je krijgt een boekje en je wordt verteld over de manier waarop ze hier onderwijzen. Maar het is pas op het moment dat je kind er echt op zit en je hebt een jaar meegedraaid, dat je dan het gevoel krijgt of je kind hier lekker zit of niet.

Ik denk dat er heus wel mensen zijn geweest die het heel gezellig hebben gevonden hier, maar voor hun kind was het onderwijs misschien net niet de juiste, want elk kind is anders.

Dus ik denk dat je er vanuit gaat dat het onderwijs goed geregeld is en dat wanneer je het echt ervaart, je dan ook weet of het de juiste keuze is voor je kind.

I: En hebben jullie ook verbeterpunten voor deze school? Zijn er aspecten waarvan jullie denken dat ze beter kunnen?

R5: Nou, ik vind het eigenlijk een beetje schandalig dat de kleuters, dus groep 1 en 2, als ze naar de toilet moeten naar een godganselijk smerige toilet moeten. Het komt niet door de school hoor, maar het is gewoon oud, het lekt en doordat het lekt gaat het daardoor stinken. En daar moeten de kleinste van ons, van de school dan naar toe. Vaak is het dan ook dat ze dan op de wc zitten en dat het nat is onder hun voeten, dat vind ik gewoon vies.

En hier is het dan 's zomers zo dat leerkrachten en ouders en zo met ventilatoren moeten aankomen, omdat het hier gewoon niet te houden is. Dat is niet goed voor de kinderen.

En wat hebben we nu op het schoolplein? Een klein huissie, een betonnen pingpong tafel en twee schommels. Als ik dan kijk naar de Waterhoek in Almere stad, dat is ook een openbare school, die hebben gewoon een loopbrug en twee geweldig gloednieuwe speelgoeddingen, en wij moeten het doen met aftandse dingen.

Ik vind dus gewoon dat de school een opknapbeurt nodig heeft.

R2: Ja, vind ik ook

R3: Ja inderdaad, mee eens.

I: En wat betreft de communicatie van de school naar jullie, is die voldoende?

R5: Oh, die is perfect

R1-R4: Ja, ja

I: *En wat voor communicatie is dat dan? Krijgen jullie veel nieuwsbrieven of spreken jullie leraren of kijk je op de website of zo?*

R2: Eigenlijk allemaal zo'n beetje.

R1: Nou één keer in de week krijgen wij een nieuwsbrief, elke donderdag, dus je bent op de hoogte.

Ik vraag me wel af hoeveel ouders de website bekijken.

En dan natuurlijk hebben de leerkrachten wat nodig of er komt een activiteit, dan wordt dat mondeling gedaan.

R5: Maar de nieuwsbrief zou wat mij betreft wel wat eerder kunnen hoor.

Sommige dingen zijn best wel laat, zoals de afsluiting van een nieuw schoolproject. Dat je dan maandags hoort dat het volgende week donderdag is. Kijk, voor mij maakt het niet uit want ik ben gewoon thuis, maar voor bijvoorbeeld mensen die moeten werken, die hebben echt meer dan een week/twee weken nodig om vrij te kunnen nemen om aan het eind van de dag bij het project te zijn, of dat soort dingen.

Met schoolreisjes ook. Ik vind dat je dat al aan het begin van het schooljaar moet zeggen. Kijk je hoeft niet meteen te zeggen waar je heen gaat, je kan ook gewoon zeggen dat het zoveel of zoveel kost, zodat we wat meer tijd hebben om het schoolreisje of wat dan ook te kunnen betalen.

Zo vind ik dus ook dat ze eigenlijk de ouderbijdrage aan het begin van het schooljaar al moeten doen en dan bedoel ik dat ze dat op tijd moeten zeggen/ informeren. Zo hebben we twee/ drie weken geleden een brief gehad van een schoolreisje, dat is 25 mei, en nu moeten we over geloof ik al over twee weken betaald hebben.

Maar voor de rest kun je gewoon, als je wat hebt of wilt zeggen, het tegen een juf of zo zeggen. Daar kun je gewoon over praten.

R3: Ja, je krijgt hier alle tijd en dat is wel fijn.

R1: Ja, de communicatie is wel wederzijds en dat is wel fijn. Ze hebben altijd tijd voor je

R5: En als het ernstig is dan lopen ze mee even mee de klas uit om te helpen of het er over te hebben.

R2,R4: Ja, precies.

I: *En als jullie de school zouden moeten omschrijven met een aantal steekwoorden, welke zouden dat dan zijn?*

R5: Klein, gezellig...

- R1: Gezellig
- R3: Ja, gezellig zou ik zeggen.
- R1: Ja en je kunt het hebben over uitbreiding van de school, maar persoonlijk vind het leuk als de school klein blijft. Ik wil geen grote school, nee, dat is juist waarom deze school zo leuk is.
- R5: Ja inderdaad, en iedereen kent elkaar ook. Kijk mijn oudste zit nu in groep 5, maar al die kinderen die in groep 5 zitten, die ken ik gewoon vanaf groep 1. Dat is gewoon heel leuk.
- R1: Ja gezellig
- R2: Gezellig ja, en klein, huiselijk, communicatief
- R3: Een open school ook.
- R1: Ja een open school. De communicatie is heel open, je kan altijd binnen lopen. Er staat altijd wel iemand voor je klaar.
- R5: En als je even naar de klas gaat om je kind te halen dan doen ze daar ook niet moeilijk over. En ik vind ook dat ze ook echt kijken met wie het kind meegaat, ze mogen niet zomaar weg. Bij grote scholen heb ik ontdekt dat het meer gaat van deur open en hasta la vista en tot ziens.
- R2: Ja, ik vind het wel een veilig gevoel dat die kleintjes niet zomaar met iedereen mee naar huis kunnen lopen, maar dat ze ook kijken of het wel de vader, moeder of zo is.

PO de Manse

Datum: 21 april 2009

I: Interviewer

R#: Respondent #

Audioverslag

- I: Hoe zijn jullie tot deze school gekomen/ Waarom hebben jullie gekozen voor de Manse?*
- R1: Het is voor mij heel praktisch. Ik woon hier in de straat en de Trinoom vond ik qua schoolsoort niet bij ons aansluiten. Daarnaast moesten we meerdere kinderen heen en weer brengen en dan is het gewoon heel praktisch dat je school hier in de buurt is, waar ook gewoon de kindjes lekker kunnen spelen met elkaar en na schooltijd af kunnen spreken. Dat is eigenlijk het belangrijkste.
- R2: Ik kon kiezen uit twee scholen, de Trinoom en de Manse, tenminste voor mijn idee. De Trinoom had toen Montessori onderwijs. Wij hadden het idee dat onze kinderen daar niet goed genoeg voor zouden zijn en hadden even wat meer aandacht nodig, dus vandaar dat het de Manse is geworden. En ook omdat dit op loopafstand van huis is.
- R3: Wij hebben hier tegenover gewoond, op nummer 2. De Trinoom was Montessori onderwijs en we dachten toen 'dat gaat hem niet worden'. Toen ben ik hier gaan kijken en toen dacht ik

van 'Ik ben eigenlijk wel gek weet je wel, waarom ga ik verder zoeken?' Het is een geweldige school en mijn kinderen kunnen lekker buiten spelen. En het gros van de kinderen die hier op school zitten die wonen allemaal in deze wijk dus kunnen ze samen buiten spelen en zo.

R4: Bij mij ook. Ik heb drie kinderen en voor de oudste heb ik meteen hier voor gekozen, omdat je twee keuzes voor mijn gevoel had omdat het dicht bij huis moet liggen natuurlijk. Ik kon ook kiezen uit de Trinoom en de Manse. Dit is een openbare school en daarom heb ik hier voor gekozen. Het is lekker op loopafstand en Montessori, nee, ik dacht 'laat ik met openbaar beginnen' en dat beviel me en zo zijn we door gegaan.

R5: Deze school is ook voor mij op loopafstand en ik wilde ook graag een openbare school omdat ik daar zelf vroeger ook op heb gezeten.

I: *En heeft het onderwijskundig concept een rol gespeeld bij de keuze van deze school? Zo is de Trinoom een Montessori school en de Manse is een reguliere school.*

R1: Nou ja, dit is een openbare school en ik ben ook niet christelijk van huis uit. Ik ben zelf naar een christelijke school geweest, maar ik vond dat niet zo heel veel meerwaarde hebben dan een openbare school. Ook vonden we toen we het hier bekeken hadden prima, zoals er lesgegeven werd en gewoon alles bij elkaar. Ja, daarom hebben wij hiervoor gekozen.

R2-R5: Beantwoordt tijdens eerste vraagstelling.

I: *En hoe zien jullie deze school? Wat vinden jullie goed aan deze school?*

R1: Het is kleinschalig. Langzaam wat minder rommelig. Het wordt wat meer overzichtelijker.

R3: Het is nu ook ruimtelijker en overzichtelijker.

R2: Ja, meer structuur.

R3: Daar wil ik even op aanvullen dat het inderdaad minder rommelig en chaotisch is, behalve voor de groepen zes, zeven en acht. Die vind ik echt super chaotisch. Dat komt doordat meester Frank gewoon zwaar overspannen is, dus ze wisselen steeds van juffen.

R4: Voor mij is het belangrijk dat mijn kinderen het goed naar hun zin hebben, dat is voor mij het belangrijkste ja. Het is niet dat ik het leuk moet vinden. Als het bij hun goed gaat, ze krijgen goede hulp en het zal goed verder gaan dan kies ik daar ook wel voor.

R1: Ik vind dat ze ook goede individuele aandacht schenken. Dat heb ik bij mijn kinderen meegemaakt, dat ze gewoon echt goed aandacht hebben voor een individu, als die even wat meer hulp nodig heeft.

R2: En de terugkoppeling, als er iets is, wordt ook steeds beter. Die kwam te laat of je moest er echt om vragen. Nu komt het meer vanuit de leerkracht zelf, dat er actie ondernomen wordt.

R3: Ja, eerst moest je achter hun aan.

I: *En hebben jullie ook verbeterpunten voor deze school? Zijn er aspecten waarvan jullie denken dat ze beter kunnen?*

R5: Nou, ik denk dat de school wat meer moet opvallen, buiten. Vorige keer was ik aan het praten met iemand en die had niet in de gaten dat het een school was. Gewoon een of andere instelling.

R1, R3: Ja, inderdaad vind ik ook.

R2: Ja, bij alle twee de ingangen moet gewoon de naam komen. Er staat namelijk maar aan één kant een bord van de Manse. Ook moet er gewoon een duidelijke aanwijzing zijn wat de hoofdingang is en wat de kleuteringang is.

En ik vind dat overdag de deuren gewoon gesloten moeten zijn.

R1: Ja, en de ramen gaan stroef open vind ik. Wat als we door het raam naar buiten moeten in een noodgeval?

En ik zou het ook fijn vinden als beide deuren op slot gaan. Dat hadden we vroeger ook op mijn school. Als er iemand naar binnen wilde, belde die aan. Dan kwam er een kind van groep acht. Die deed de deur open en als die dan dacht 'hmm beetje typisch', dan haalde die meestal de juf of meester erbij. Nu kan namelijk in principe iedereen naar binnen en buiten lopen.

R2: Ja, vind ik ook. Voor bekenden doe je open.

R5: Ja en het is mij ook nog steeds niet duidelijk dat wanneer er een brand is bijvoorbeeld, waar je dan naar toe moet gaan. Er hangt nergens iets van voorschriften. Of waar bijvoorbeeld de brandingen hangen.

I: *En wat vinden jullie van de voorzieningen als je bijvoorbeeld kijkt naar de speeltuin?*

R3: Dat moet opgeknapt worden.

R2: Daar zijn ze nu mee bezig.

R1: En eigenlijk zou ik het prettig vinden als het schoolplein afgesloten werd. Er ligt gewoon zoveel troep op straat zoals glas. En ook al dat tuig wat 's avonds rondhangt bijvoorbeeld

R2: Het is een openbaar plein en moet gewoon openbaar zijn voor de buurt, maar ik zou graag willen dat ze bijvoorbeeld een gedeelte puur voor school afsluiten.

Zet er gewoon een hek omheen zodat kinderen niet snel over kunnen.

R1: Maar ook in het schoolgebouw zijn wat dingen die beter kunnen. Mijn dochter wil hier niet op de wc. Ze zegt dat die altijd zo vies zijn en er ligt heel veel plas op de grond.

R2: Dat is geloof ik vorig jaar wel aangepakt en het is nu ook wel beter, maar het sanitair op zich is gewoon al oud. Dat mag wel eens flink vervangen worden.

R3: En als we dan toch gelijk commentaar aan het geven zijn, dan ook nog even over de gymruimte. De kleedlokalen zijn vies, smerig en gewoon goor. Het stinkt en ik vind het gewoon heel ranzig. Ze zeggen hier op school dat ze moeten douchen, maar ik kom daar weleens binnen en dan denk ik van...

R4: Maar wat ik wel duidelijk wil maken is dat het niet qua onderwijs achterblijft of zo.

I: *En merken jullie ook dat de leerkrachten opletten op de kinderen? Dus dat kinderen niet zomaar met iemand naar huis kunnen, maar dat ze echt wel weten met wie de kinderen steeds meegaan?*

R3: Nu wel ja. Dat is wel eens anders geweest. Mijn oudste zat hier op de kleuterschool en die kwam naar huis. Niemand die hem had gezien.

R2: De school is ook niet goed zichtbaar, onoverzichtelijk, door de hoeken van het gebouw. Je kunt niet zien wat er om de hoek gebeurt en zo.

I: *Hoe zijn jullie bij deze school terecht gekomen? Hoorde je er iets over van andere mensen? Kreeg je een brochure of folders of heb je bijvoorbeeld zelf gezocht?*

R3: Het was voor mij niet zo moeilijk want ik woonde hier tegenover en ik wist dat om de hoek de Trinoom zat. Daarachter zat de Inieminie. Dus ik liep daar altijd langs, dus ik kwam wel kijken en zag toen deze school die me opviel. Nou, op een gegeven moment ging mijn oudste naar school en veertien maanden daarna ging de tweeling naar school, dus ik had al de ervaring van Nick (oudste).

R1: Wij kregen destijds een informatiemap mee en ben daarna gaan kijken.

R2: Ik heb toen inderdaad de schoolgids opgevraagd. Tenminste, ik ben hier naar toe gegaan en heb hier een schoolgids gevraagd.

I: *En wat betreft de communicatie van de school naar jullie, is die voldoende?*

R2: Kan beter.

R3: Ja.

I: *En wat voor communicatie is dat dan? Krijgen jullie veel nieuwsbrieven of spreken jullie leraren of kijk je op de website of zo?*

R2: In principe de nieuwsbrief, maar ik vind dat, dat beter kan. Soms krijg je te laat de informatie.

Kijk, in principe hoor je elke maandag de nieuwsbrief te krijgen, maar als je bijvoorbeeld een paar dagen vrij bent, zoals vorige week: maandag was Pasen, dinsdag en woensdag waren er een aantal die compensatiedagen hadden. Dus alles wat in die week gebeurt of moet gebeuren, stond niet in de nieuwsbrief. En dan werd in de afgelopen nieuwsbrief (maandag) niet over gesproken. Nee, dat zou beter kunnen.

En we hebben geen conciërge. Iedereen kan zomaar in en uit lopen momenteel. Er hoort gewoon iemand aanwezig te zijn.

Als je bijvoorbeeld een nieuw kindje de school wil laten zien, dan vind ik dat je als ouder zijnde gewoon de school in moet kunnen lopen en op dat moment opgevangen kunnen worden, door lerares, directrice of zo, om de school rond te kunnen gaan. Dus niet alleen op commando van 'nu mag je komen

R1: En dat is natuurlijk ook zo als iemand iets komt brengen zoals laatst die spullen voor het verven. Toen kwam er ook een man binnen die je dan een beetje doelloos door de school ziet lopen, tot iemand hem een keer aanspreekt. Dat zou eigenlijk niet moeten.

R2: Ja, en ik weet dat Marian en Mirelle niet altijd aanwezig zijn, maar er moet dan wel iemand zijn die het opvangt zoals een conciërge. Dan houd je overzicht en die kan nog helpen met administratieve doeleinden.

I: *En hoe kijken jullie aan tegen de website van de Manse? Waarom zouden jullie op de website gaan kijken en wat zou er dan volgens jullie op moeten staan?*

R1-R5: Studiedagen, uitstapjes, projecten die lopen en die komen gaan, de medezeggenschapsraad

I: *Zouden jullie dan ook echt gebruik van de site als deze elementen er in zitten?*

R1-R5: Ja

R2: Ja, als de informatie maar op tijd er op gezet wordt. En als er bijvoorbeeld uitstapjes geweest zijn, dat er dan een soort van verslagje op de site komt zodat wij, ouders, het kunnen lezen omdat onze kinderen er soms niet veel meer over vertellen dan 'ja, was leuk' of zo.

Aantekeningen

Onderstaande aantekeningen zijn gemaakt nadat het alle vragen waren beantwoordt. De ouders/ verzorgers hadden nog wat punten die zij kwijt wilden en worden hieronder puntsgewijs weergegeven:

- ⌘ De kinderen rennen vaak door de school;
- ⌘ De leraren kletsen teveel door binnen, nadat de bel is geweest. Ze moeten naar buiten gaan om de kinderen op te vangen;
- ⌘ Wanneer er een leerkracht uitvalt door o.a. ziekte, krijgen de leerlingen andere leerkrachten, waardoor zij niet weten wie hun leerkracht is (te vaak wisseling). Mocht er een vervanger moeten komen, dan moet dit een vaste vervanger zijn, zodat dit ook duidelijk is voor de kinderen;
- ⌘ Door de compensatiedagen krijgen de kinderen geen werkjes meer mee naar huis. Het kind wil veel leren (vooral groep 8) en meer werk is belangrijk, maar dat krijgen ze niet;
- ⌘ De ouders/ verzorgers weten niet of er een klankbordgroep is. Ze weten wel dat er een medezeggenschapsraad is, die informatie doorspeelt aan de ondernemingsraad.
 - De ouders/ verzorgers denken dat het ook geen zin heeft om een klankbordgroep op te zetten. Dat wordt een kippenhok. Het is beter om concrete afspraken met concrete mensen te maken, vinden zij. Ze denken namelijk ook dat er weinig betrokken ouders zullen zijn;
- ⌘ De schooltijden zijn apart/ slecht geregeld. De compensatiedagen zijn onduidelijk vastgesteld. Sommige groepen houden uren over, dus zijn deze groepen vrij op bijvoorbeeld woensdag ochtend (konden de ouders een keuze in maken). Voor ouders/ verzorgers met een baan is dit makkelijk, omdat ze dan tijdig vrij kunnen nemen of opvang kunnen regelen.
 - De compensatiedagen regeling is echter teruggedraaid, waardoor het nu niet duidelijk is wanneer de kinderen vrij hebben. Dit is voor de ouders/ verzorgers moeilijk omdat die niet altijd tijd hebben/ vrij kunnen krijgen.

Bijlage 7: Communicatieplan - Media-overzicht

Medium (schrift)	Intern	Extern	Toepasbaarheid	Effectiviteit	Productie	Verspreiding	Wel/niet inzetbaar
Personeelsblad/ krant	X		∅ In organisaties vanaf ±50 medewerkers. ∅ Toelichten van beleidsbeslissingen en nieuws vanuit/ over de onderneming in het algemeen.	∅ Bereikt, mits goed verspreid, alle medewerkers, maar niet iedereen leest het blad. ∅ Niet geschikt voor actueel nieuws, uitgezonderd wanneer er een wekelijkse/ dagelijkse verschijningsfrequentie is.	∅ Vaak lange productietijd, ondermeer door uitbesteding van delen van het productietraject. ∅ Het is moeilijk om een goed werkende redactie samen te stellen, zeker als deze uit onervaren krachten bestaat. ∅ Vaak problemen rond de verantwoordelijkheden (Redactiestatuut).	∅ Bezorging aan huis op vastgestelde tijdstippen. ∅ Via interne post op de werkplek.	Niet, in dit geval niet van belang.
Ondernemings- raadblad	X	X	∅ In organisaties vanaf ±50 medewerkers. ∅ Commentaar op beleidsbeslissingen en toelichting van standpunten, ook extern te gebruiken.	∅ Als apart bulletin zeer effectief, maar meegenomen in het personeelsblad minder. ∅ Afhankelijk van de productiewijze kan snel op ontwikkelingen worden ingespeeld, dus zeer actueel.	∅ Bij eenvoudige productie is het een goedkoop medium, daar staat echter wel een mindere kwaliteit tegenover. Dit kan de leesbaarheid schaden. ∅ Problemen rond de schrijfvaardigheid omdat het opleidingsniveau van OR-leden, vooral in productiebedrijven, laag is. ∅ Bij opname in het personeelsblad: problemen met eindverantwoordelijkheid.	∅ Bezorging aan huis op vastgestelde tijdstippen. ∅ Via interne post op de werkplek.	Niet, in dit geval niet van belang.
Brochures, leaflets en	X	X	∅ Lenen zich goed om complexe stof	∅ Dikke brochures noden niet tot lezen, folders en	∅ Afhankelijk van de wensen zeer snel en	∅ Algemeen of aan beperkte	Wel, middel is aanwezig

folders			voor een brede of juist specifieke publieksgroep toegankelijk te maken. ∅ Intern: uitleggen van bedrijfsbeleid en gang van zaken in het bedrijf, fusie-informatie, OR-verkiezingen, etc. ∅ Extern: product/ dienstgerichte informatie, corporate information.	leaflets kunnen maar erg weinig informatie bevatten. ∅ Eenrichtingsverkeer, dus geen controle mogelijk op het daadwerkelijke bereik. ∅ Bij onjuiste verspreiding wordt de effectiviteit negatief beïnvloed.	goedkoop, of juist zeer moeizaam en duur te realiseren. ∅ Vaak teveel mensen die invloed hebben, waardoor onnodige kosten en vertragingen ontstaan.	doelgroepen of individuen. ∅ Onjuiste verspreiding leidt tot slingeren, waardoor ze uiteindelijk in het 'ronde archief' terecht komen. Hierdoor wordt de effectiviteit negatief beïnvloed.	
Nieuwsbrief/ bulletin	X	X	∅ Grote actualiteit. De brief komt uit wanneer er nieuws is. ∅ Intern: ideale aanvulling op personeelsblad met een lange productietijd. ∅ Extern: informeert klanten en prospects over de nieuwste ontwikkelingen binnen de organisatie en haar producten/ dienstenpakket.	∅ Grote effectiviteit, mits de nieuwsbrief op de juiste tijd/ plaats bij de ontvanger komt en wanneer de informatie kort en bondig is. ∅ Lage bewaarfrequentie.	∅ In DTP zeer snel in huis te maken. ∅ Goedkoop, maar kwalitatief vaak middelmatig. Dit geldt vooral bij intern gebruikte nieuwsbrieven. Hierbij moeten vooral foto's ontgelden.	∅ Intern: via het postbakje, maar dan moet wel iedere medewerker zoiets hebben. Vooral in organisaties met buitendienstmedewerkers moeilijk. ∅ Extern: via de post, stelt wel eisen aan het bijhouden van het (potentiële) klantenbestand.	Wel, middel is aanwezig en effectief. Geeft inzicht in de organisatie.

Introductieboekje	X	⌘ Voor nieuwe medewerkers, maar ook voor al langer werkzaam personeel. Bijvoorbeeld na een fusie, overname, introduceren nieuwe gedragsregels binnen een organisatie, of om het geheugen op te frissen.	⌘ Voor nieuw personeel groot, mits uitgereikt samen met de telefoonlijst en de arbeidsvoorwaarden. ⌘ Korte looptijd, omdat de organisatie voortdurend verandert.	⌘ Soms competentiestrijd: wie doet de productie, de afdeling PR of personeelszaken? ⌘ Problemen rond samenstelling, want niet alle regels liggen ook echt vast. Bovendien moeten veranderingen in de huisregels ook worden bijgehouden. Het is de vraag wie dat moet doen.	⌘ Aan nieuw personeel tijdens het afsluitende sollicitatiegesprek. Gedurende de introductiecursus is minder geschikt, omdat deze cursus vaak enige weken na indiensttreding plaatsvindt. ⌘ Op verzoek aan bestaand personeel. ⌘ Bij ingrijpende wijzigingen, bijvoorbeeld meezenden met de CAO.	Wel, moet per school worden opgesteld. Handigheid voor nieuwe medewerkers en (potentiele) ouders van kinderen in de wijk.
Plattegrond gebouw(en)	X	⌘ Wegwijzer voor (tijdelijk) nieuw personeel, leveranciers. Vooral bij complexe bedrijfpanden/terreinen. ⌘ Ook interessant voor kwaadwilligen, dus beveiliging verdient aandacht.	⌘ Matig, maar als de plattegrond eenvoudig is weergegeven en in het pand/ op het terrein onduidelijke oriëntatiepunten zijn, groter. Veel mensen hebben namelijk grote moeite met de vertaling van kaarten in concrete ruimte.	⌘ Eenvoudig in huis te doen aan de hand van bestaande bouwtekeningen. ⌘ Kopiëren volstaat.	⌘ Persoonlijk aan individuen, wanneer daarom gevraagd wordt.	Niet, in dit geval niet noodzakelijk. Er is wel een globaal overzicht aanwezig op posterformaat.
Wegwijzer naar	X	⌘ Wegwijzer voor bezoekers die het	⌘ Matig, maar als de plattegrond eenvoudig is	⌘ Als kaartje kant en klaar kopen.	⌘ Per post of fax als	Wel. Hoewel de scholen makkelijk te vinden zijn,

bedrijfspan		pad/ terrein voor de eerste maal bezoeken.	weergegeven en in het pand/ op het terrein onduidelijke oriëntatiepunten zijn, groter. Veel mensen hebben namelijk grote moeite met de vertaling van kaarten in concrete ruimte. ⌘ Groot indien ook voorzien van informatie over openbaar vervoer.	⌘ Zelf laten tekenen.	standaardbijlage bij uitnodigingen om de organisatie om wat voor reden dan ook te bezoeken.	verduidelijken wegwijzers op bijvoorbeeld het internet de route wanneer (potentiële) ouders van kinderen in de wijk gaan kijken/ op zoek zijn naar de school
Opleidings- brochure/ krant	X	⌘ Lenen zich goed om complexe stof voor een brede of juist specifieke publieksgroep toegankelijk te maken. ⌘ Intern: uitleggen van bedrijfsbeleid en gang van zaken in het bedrijf, fusie-informatie, OR-verkiezingen, etc. ⌘ Extern: product/ dienstgerichte informatie, corporate information.	⌘ Dikke brochures noden niet tot lezen, folders en leaflets kunnen maar erg weinig informatie bevatten. ⌘ Eenrichtingsverkeer, dus geen controle mogelijk op het daadwerkelijke bereik. ⌘ Bij onjuiste verspreiding wordt de effectiviteit negatief beïnvloed.	⌘ Afhankelijk van de wensen zeer snel en goedkoop, of juist zeer moeizaam en duur te realiseren. ⌘ Vaak teveel mensen die invloed hebben, waardoor onnodige kosten en vertragingen ontstaan.	⌘ Algemeen of aan beperkte doelgroepen of individuen. ⌘ Onjuiste verspreiding leidt tot slingeren, waardoor ze uiteindelijk in het 'ronde archief' terecht komen. Hierdoor wordt de effectiviteit negatief beïnvloed.	Niet, in dit geval niet van belang.
Directieschrijven	X	⌘ Motivatiebevordering. ⌘ Informatie over grote veranderingen in	⌘ Maakt veel indruk bij de medewerkers als het niet te vaak gebeurt. ⌘ Mits goed van toonzetting bevordert	⌘ Eenvoudig, snel en dus goedkoop te maken. ⌘ Vaak problemen rond de toonzetting. De directie schrijft en wil geen	⌘ Persoonlijk aan iedere medewerker.	Nee, in dit geval niet van belang

		het bedrijf.	het directieschrijven een goede verhouding met het personeel.	veranderingen, terwijl de PR-medewerker dat noodzakelijk vindt.		
Handboeken	X	⌘ Bieden inzicht in de juiste gang van zaken op een bepaald gebied.	⌘ Verdient zichzelf terug omdat mensen effectiever werken. In sommige branches is het hebben van een kwaliteitshandboek noodzakelijk om opdrachten te verwerven. ⌘ De naleving moet bewaakt worden, want als het boek er eenmaal staat, kijkt vrijwel niemand er meer in.	⌘ Tijdrovend omdat het vaak niet duidelijk is hoe regels en structuren in het bedrijf exact lopen. ⌘ Kostbaar vanwege de geïnvesteerde tijd en de meestal kleine oplage. ⌘ Voorschriften en procedures veranderen met regelmaat. Dat moet worden bijgehouden en opnieuw verwerkt. Dit legt een claim op de vormgeving van het boek.	⌘ Aan de hoofden van de afdelingen die er belang bij hebben.	Niet, in dit geval niet van belang.
Mededelingenbord	X	⌘ Afhankelijk van het soort bord urgente of langlopende informatievoorziening mogelijk.	⌘ Effectief, mits op een strategische plaats geplaatst.	⌘ Simpele productie. Na eenmalige aanschaf volstaan papier en punaises. Wel is er een probleem met het bijhouden.	⌘ N.v.t.	Wel aanwezig. Per school voor actuele items.
Billboard	X	⌘ Speelt vooral een rol in product advertising, maar kan ook gebruikt worden voor een gerichte boodschap aan één persoon of organisatie. Meestal is er sprake van kortlopende boodschappen.	⌘ Effectiviteit is afhankelijk van de plaatsing.	⌘ Kostbaar, niet alleen in verband met het vervaardigen van de poster, maar ook de huur van het bord.	⌘ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.

Electronic mail	X	X	- Intern: elektronische variant van het mededelingenbord, de nieuwsbrief en het personeelsblad. - Extern: bulletinbord voor computergebruikers, wegwijzer voor bezoekers in diverse organisaties, informatievoorziening aan bezoekers.	- De interne effectiviteit is afhankelijk van de penetratie van computers en het aantal buitendienstmedewerkers. - Door speciale computerprogramma's worden medewerkers gedwongen de boodschap te lezen, dit kan ook irritatie opwekken. - Extern: computers hebben vooral op jongeren een grote aantrekkingskracht. Ouderen zullen vaak wat minder geneigd zijn om de informatie te lezen.	- Goedkoop medium wanneer de penetratiegraad van computers hoog is. Bovendien spaart deze informatievoorziening het milieu. - Door koppeling met het computernetwerk is er een beveiligingsprobleem. Dit speelt vooral als het systeem extern te raadplegen is. Theoretisch is het mogelijk dat hierdoor vertrouwelijke gegevens van de organisatie naar buiten komen.	- Intern: via elke computeraansluiting. - Extern: via consoles met ingebouwde apparatuur. Eventueel touchscreen uitgevoerd.	Wel, maar wordt geen gebruik van gemaakt.
Knipselkranten	X	X	- Geeft op een snelle manier informatie over hoe de pers over een organisatie of bepaald onderwerp bericht. - Intern: bruikbaar als informatiebron gedurende een bepaalde actie. - Extern: nieuwsvoorziening aan publieksgroepen	De effectiviteit is twijfelachtig. Het lezen van knipselkranten blijkt in organisaties vaak van een lage prioriteit.	- Goedkoop te maken medium, daardoor vaak wel onaanrekkelijk om te lezen. - Frequentie moet vrij hoog zijn, op zijn minst wekelijks om het aantal knipsels niet te groot te laten worden. - Informatie is vrij van auteursrechten. - Problemen rond selectie van informatie. - Tijdrovend om samen te stellen in verband met het vele leeswerk.	- Intern: verspreiding middels de interne post. Wie de knipselkrant krijgt is afhankelijk van het beoogde doel en de middelen. - Extern: via de post middels een abonnement.	Niet, in dit geval niet van belang.

Notulen			over de organisatie of een bepaald onderwerp.				
	X		Geven kwalitatief goede informatie over besluitvormingsprocessen.	Meestal slecht toegankelijk voor mensen die niet bij de vergadering aanwezig zijn geweest. Dit is vooral het geval als volstaan wordt met een besluitenlijstje.	- Goedkoop te produceren, want de notulen moet in ieder geval gemaakt worden. - Problemen rond vertrouwelijke gegevens. Als de notulen openbaar zijn, wat wordt dan gedaan met informatie over de organisatiestrategie of personen?	- Aan aanwezigen van de vergadering en de OR indien het om voorgenomen besluiten gaat. - Opnemen in de bedrijfsbibliotheek.	Niet, middel is niet van belang bij dit onderzoek.
Posters	X	X	- Vooraf toepasbaar in situaties waarin de boodschap vele malen herhaald moet worden. - Intern: OR-verkiezingen, ARBO-acties, introductie nieuwe producten/diensten. - Extern: vooral toepasbaar in product advertising.	- Hoge impact, vooral omdat ingespeeld wordt op de nadruk op visuele prikkels in onze samenleving. - Hebben een korte levensduur en zijn daarom met name geschikt om acties te ondersteunen. - Oppervlakkig qua tekstniveau.	Duur medium door de kosten van ontwerp en uitvoering.	- Intern: ophangen op mededelingenborden en deuren. - Extern: via de post aan publieksgroep; meegeven aan medewerker; indien het een open dag betreft; ophangen in Mupi's en bushaltes.	Wel, middel wordt al gebruikt door de ASG. Geeft een beeld over de scholen. Scholen zelf hebben geen posters.
Jaarverslagen	X	X	Intern: personeelsjaarverslag, eventueel in	Intern: meestal twijfelachtig. De meeste medewerkers zijn	Kostbaar in realisatie, niet alleen omdat er sprake is van duur drukwerk in	- Intern: aan het huisadres. - Extern: aan het	Niet, middel is niet van belang bij dit onderzoek.

			vereenvoudigde vorm. ⌘ Extern: financieel jaarverslag bedoeld voor financiële publieksgroepen. Dit jaarverslag is overigens voor BV's verplicht.	nauwelijks geïnteresseerd. ⌘ Extern: groot, vooral voor bedrijven met beursnoteringen en externe belanghebbenden. ⌘ In het algemeen niet veel nieuws waarde omdat veel informatie al tevoren is weggelekt, bovendien zijn de meeste verslagen matig toegankelijk.	verband met representatie, maar ook door de tijdsinvestering. Alle afdelingen van een organisatie zijn immers met de productie van het verslag belast.	postadres.	
Advertenties		X	⌘ Toepasbaar in situaties waarin de boodschap eenvoudig is. ⌘ Toe te passen voor verkoop, personeelswerving, corporate/institutionele doeleinden. ⌘ Goodwill advertising. ⌘ Voor speciale doelen: ingezonden mededeling.	⌘ Afhankelijk van het toepassingsgebied meetbaar. ⌘ Hoe meer tekst, des te kleiner het bereik. ⌘ Bij goodwill advertising is effectiviteit ondergeschikt.	⌘ Kosten afhankelijk van het medium waarvoor de advertentie gemaakt wordt. ⌘ De originaliteit van een advertentie wordt vaak duur betaald.	⌘ Verspreiding via kranten, publieks-, omroep-, en vaktijdschriften, non-profitmedia, kabelkrant en RTV.	Wel, aanwezig op de website of affiches.
Rapport/ (beleids)nota	X	X	⌘ Zowel intern als extern gebruiken voor het belichten van complexe problemen. In de meeste gevallen is	⌘ Vaak wordt een rapport of een nota als praatstuk gebruikt. Het dient in de eerste plaats om een discussie in gang te zetten en te sturen. Veel	⌘ De productie is langdurig omdat er vaak een onderzoek aan de basis van de rapportage ligt. ⌘ Voor externe doelgroepen zal er naast	⌘ Rapporten en nota's worden op kleine schaal aan belangstellenden ter beschikking gesteld.	Niet, in dit geval niet van belang.

		een rapport omvangrijker dan een nota. ⌘ Intern: beleidsnota. Hierin worden ook de implicaties van een bepaald probleem voor het beleid van de organisatie meegenomen.	van deze schrijfsels belanden echter in de bureaulade. In dat geval is de effectiviteit nul. ⌘ Rapporten en nota's staan meestal bol van jargon en cijfermatige gegevens en zijn daardoor vaak slecht toegankelijk.	het rapport vaak ook een vereenvoudigde versie moeten worden uitgebracht. Dit werkt kostenverhogend. ⌘ Meestal zal de oplage vrij klein zijn, wat op zich duur is.	⌘ Belangstellenden kunnen het rapport toegezonden krijgen, mits dit niet van vertrouwelijke aard is. Eventueel kunnen voor het rapport en de verzending kosten in rekening worden gebracht.	
Pamflet	X	⌘ Worden vooral gebruikt in Cao-conflicten en door OR-en. ⌘ Geeft informatie over het standpunt van een bepaalde groep mensen in een conflict. ⌘ Kan ook gebruikt worden ten behoeve van voortgangsinformatie. Meestal wordt dan van een bulletin gesproken.	⌘ De inhoud van een pamflet speelt in op actuele gevoelens. De impact is dan ook meestal groot, vooral als het eigen belang betreft.	⌘ Meestal uitgevoerd in gestencilde of gekopieerde vorm, dus erg goedkoop. ⌘ Meestal zal er geen sprake zijn van foto's of tekeningen. Dat drukt de productietijd en kosten.	⌘ Als hand-out.	Niet, in dit geval niet van belang.
Prijslijst	X	⌘ Weergave verkoopprijzen eventueel aangevuld met marges voor	⌘ Meetbaar aan de hand van de bestellingen.	⌘ Meestal relatief goedkoop. Het heeft niet veel zin om er veel geld aan uit te geven in verband met regelmatige	⌘ Toezending op verzoek. ⌘ Toezending met catalogus.	Niet, in dit geval niet van belang.

Catalogus	X	X	tussenhandelaren. - Intern: voorraadregister van de diverse magazijnen. Vaak online te raadplegen. - Extern: verkoopdocument dat aan klanten en prospects gezonden wordt.	Zowel in- als extern meetbaar aan de hand van de bestellingen.	prijswijzigingen. - Interne catalogus: goedkoop. Aangezien het snel wisselende informatie betreft en de producten bekend zijn, is het niet nodig duur drukwerk te gebruiken. - Meestal erg kostbaar omdat er professionele fotografie moet worden gebruikt om de producten zo aantrekkelijk mogelijk uit te laten komen. Daarom wordt er ook full colour gewerkt. Dit verhoogt de productiekosten.	- Intern: via postbak belanghebbende medewerkers of via een computeraansluiting. - Extern: via direct mail aan cliënten en prospects. In een later stadium ook op verzoek.	Niet, in dit geval niet van belang.
Huisorgaan	X	X	- Intern: verspreiding om medewerkers op de hoogte te brengen van de boodschappen die het bedrijf naar buiten toe uitzendt. - Extern: beïnvloeding van het beeld dat de buitenwacht van het bedrijf heeft.	Op lange duur redelijk effectief, mits het blad geloofwaardig is en dus niet alleen de loftrompet laat schallen.	Kostbaar, onder andere door het uitbesteden van redactievoering en de gewenste hoge kwaliteit van het drukwerk.	In controlled circulation aan belangstellenden en aan derden waarvan de zender vindt dat deze geïnteresseerd zouden moeten zijn.	Niet, in dit geval niet van belang.
Persbericht		X	Het brengen van nieuws aan persdoelgroepen. Dit nieuws kan	Afhankelijk van de nieuws waarde voor de ontvanger in meerdere of mindere mate	Goedkoop en snel realiseerbaar door het gebruik van speciaal perspapier en de	Aan de geselecteerde persdoelgroepen op de medialijst.	Wel, voor actuele informatie voor de doelgroepen.

			zowel over het product of de dienst, als over de organisatie zelf gaan.	effectief. ⌘ De scoringskans is in het algemeen beperkt door de grote hoeveelheid persberichten die de pers ontvangt.	tekstmatige lay-out. ⌘ Indien foto's noodzakelijk zijn, moeten deze digitaal geleverd worden. Dit vergemakkelijkt het proces aanzienlijk.	⌘ Persoonlijk aan de medewerkers die te maken hebben met het onderwerp. ⌘ Op het mededelingenbord ter algemene informatie.	
Brief	X	X	⌘ Intern: Motivatiebevordering. Informatie over grote veranderingen in het bedrijf. ⌘ Extern: brief aan actiegroepen. Brief aan omwonenden van de organisatie met een bericht van excuus voor overlast. Brieven in verband met klachtenbehandeling, etc.	⌘ Intern: maakt veel indruk bij de medewerkers als het niet te vaak gebeurt. Mits goed van toonzetting bevordert het directieschrijven een goede verhouding met het personeel. ⌘ Afhankelijk van de toonzetting goed of juist tegengesteld aan het beoogde doel.	⌘ Aandacht voor juiste toonzetting. ⌘ Goedkoop en snel te realiseren. ⌘ Indien mogelijk qua aantal bij voorkeur handmatig ondertekenen. Dit verhoogt de attentiewaarde.	⌘ Gericht aan een bepaalde doelgroep of individu, over de post. ⌘ Aan omwonenden: huis-aan-huis.	Wel. Wordt gebruik van gemaakt om ouders te informeren over bepaalde (grote) gebeurtenissen.
Direct mail		X	⌘ Verkoopbevorderende brief.	⌘ De effectiviteit is ondermeer afhankelijk van het moment van ontvangen, de tekstuele kwaliteit en de kwaliteit van de adressering. ⌘ Creativiteit kan de boodschap beter laten overkomen, maar ook als ruis fungeren.	⌘ Kosten per contact afhankelijk van de uitvoering van de mailing. ⌘ Vergt lange voorbereidingstijd, ondermeer door het verwerken van het adressenbestand en de prepostale verwerking.	⌘ Afhankelijk van het doel: via de post aan het bedrijfs- of privéadres.	Niet, voor dit onderzoek niet van belang.

Medium (mondeling)	Intern	Extern	Toepasbaarheid	Effectiviteit	Productie	Verspreiding	Wel/niet inzetbaar
Management bijeenkomsten/ heidedagen	X		- Oplossingsgericht vergaderen om een bepaald probleem op te lossen. - Externe bijeenkomst om fusiepartners aan elkaar te laten wennen.	- Wisselend, in sterke mate afhankelijk van de discussieleider en diens capaciteiten om iedereen bij de discussie te betrekken. - Men wordt bij externe bijeenkomsten niet gestoord door dagelijkse bedrijfsbeslommeringen. - Negatief: irritatie bij ondergeschikten als bedrijfsleiding zich in een moeilijke situatie afzondert. Bovendien gebeurt er vaak weinig met de uitkomsten van zo'n bijeenkomst.	Beweegt zich buiten het gezichtsveld van de PR-afdeling. Meestal georganiseerd door het secretariaat of door de personeelsafdeling.	N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.
Werkoverleg	X		- Informatie van medewerkers over het bedrijfsbeleid en de afdelingsresultaten. - Het aanpakken van sociale problemen op	Mits goed gestructureerd is de effectiviteit groot. Er wordt snel een grote hoeveelheid informatie uitgewisseld.	Wordt door de directie ingesteld en door de afdelingshoofden uitgevoerd.	Informatie wordt per afdeling verspreid, maar hoe zit het met de onderlinge informatie-uitwisseling van	Niet, in dit geval niet van belang.

		een afdeling. ⌘ Tweezijdige informatie mogelijk.	⌘ Naar elkaar luisteren levert soms problemen op.		afdelingen?	
Vormingsdagen	X	⌘ Het integraal overdragen van de visie van het management aan het personeel.	⌘ Kan een groot saamhorigheidsgevoel opwekken bij het personeel. ⌘ De organisatie ligt tijdens dit soort bijeenkomsten vrijwel stil. Er is dus productieverlies.	⌘ Organisatie door personeelsafdeling in samenwerking met PR-afdeling. ⌘ Door het productieverlies kostbaar.	⌘ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.
Cursussen/ seminars	X	⌘ Intern: bevorderen van deskundigheid van medewerkers en motivatieverhoging. ⌘ Extern: bijdrage aan het positieve beeld van externe relaties van de organisatie.	⌘ Intern: meest vakinhoudelijk niet echt effectief. Veel stof is al bekend, maar is wel een goede opfrisser. ⌘ Extern: naarmate de verzorging beter is, stijgt de effectiviteit van een bijeenkomst.	⌘ Intern: n.v.t. qua voorbereiding, wel productieverlies door afwezigheid medewerker(s). ⌘ Extern: lange voorbereidingstijd, dus hoge personeelskosten. Daarnaast kosten voor uitnodigingen en representatie tijdens de bijeenkomst. Bovendien tijds- en kosteninvestering voor de hand-out.	⌘ Intern: n.v.t. ⌘ Extern: via de post naar publieksgroepen in het eigen of gehuurde relatiebestand.	Niet, in dit geval niet direct van belang.
Pensioencursus	X	⌘ Voorbereiden op VUT of pensionering van werknemer. Laat vooral de waardering voor diens inzet zien. ⌘ Middel om het bedrijfsimago te ondersteunen, waardoor	⌘ In eerste instantie laag voor de deelnemers, maar op termijn waardevol voor hun postactieve leven. ⌘ Verhoogt de betrokkenheid van de scheidende	⌘ In handen van externe specialisten in samenwerking met de personeelsafdeling.	⌘ Onder personeelsleden van 55 jaar en ouder.	Niet, in dit geval niet van belang.

			personeelswerving makkelijker wordt.	werknemer en de partner bij de organisatie.			
Bedrijfsfeest en open dag voor het personeel	X		⌀ Vergroten van de betrokkenheid van de (gepensioneerde) medewerker en diens gezinsleden bij het bedrijf. ⌀ Als aftrap of afsluiting bij veranderingsprocessen en motivatiecampagnes.	⌀ Wanneer het feest een onderdeel van een motivatiecampagne is, werkt het als besluit alleen als er werkelijke veranderingen in de organisatie plaatsvinden. ⌀ Medewerkers die negatief over de organisatie denken komen niet, zodat het positieve effect aan hen voorbij gaat.	⌀ Lange voorbereidingstijd nodig. ⌀ Bij grote evenementen is externe organisatie onmisbaar en vaak ook relatief goedkoper.	⌀ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.
		X	⌀ Bevredigen nieuwsgierigheid en vergroten betrokkenheid van de buitenwacht. ⌀ Laten zien dat het bedrijf zo zorgvuldig mogelijk werkt, eventuele angsten bij het publiek wegnemen.	⌀ Moeilijk te beoordelen. Meestal zullen juist de mensen die al enigszins positief t.o.v. de organisatie staan, komen.	⌀ Lange voorbereidingstijd nodig met extra nadruk op: veiligheid bezoekers en organisatie; representatie; hand-outs en instructie personeel.	⌀ Afhankelijk van de doelgroep in kranten of middels persoonlijke uitnodiging.	Wel, voor (potentiële) ouders van kinderen in de wijk. Wordt gebruik van gemaakt.
Plenaire bijeenkomst	X	X	⌀ Intern: wanneer alle medewerkers gelijktijdig dezelfde informatie moeten krijgen en ook	⌀ Intern: zeer effectief. Er kan in korte tijd veel gerichte informatie worden	⌀ Kosten door productieverlies, maken van sheets en samenvattingbrochure. ⌀ Kosten voor training van	⌀ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.

Nieuwstelefoon			feedback gewenst is. ⌘ Extern: openbare forumbijeenkomst waarin de organisatie en actiegroepen verenigd zijn.	overgebracht. De productie ligt echter gedurende die tijd stil. ⌘ Effectiviteit afhankelijk van de woordvoerder(s) en de feiten.	woordvoerder(s).		
	X		⌘ Actueel medium voor bedrijfsnieuws, speciaal voor kortlopende informatie. ⌘ Indien goedkoop en toegankelijk medium noodzakelijk is. ⌘ Voor informatie van de personeelvereniging directienieuws of nieuws van afdelingen. ⌘ Geen vertrouwelijk nieuws want vaak is de nieuwslijn ook van buiten het bedrijf toegankelijk.	⌘ Zolang het aantal nieuwsitems niet te groot is, is de effectiviteit groot. ⌘ Effectiviteit hoog omdat mensen op ieder gewenst moment informatie kunnen krijgen. De directie heeft echter geen invloed op de consumptiemoment en voor nieuws.	⌘ Na aanvangsinvestering weinig kosten. ⌘ Medewerker nodig met goede telefoonstem voor het lezen van de berichten.	⌘ Op verzoek d.m.v. bellen.	Niet, in dit geval niet van belang.
06-nummer	X	X	⌘ Intern: Actueel medium voor bedrijfsnieuws, speciaal voor kortlopende informatie. Indien goedkoop en toegankelijk medium noodzakelijk is. Voor	⌘ Bij bandjes: eenrichtingsverkeer . Vaak is niet te achterhalen wie gebeld heeft. Daardoor kan er geen diepgaande informatie worden gezonden.	⌘ Bij bandjes: in geluidsstudio. ⌘ Bij telefonistes: gebruik van een callcenter.	⌘ Informatievoorzien ing op verzoek via de telefoon.	Niet, relevant voor dit onderzoek.

Intercom		informatie van de personeelvereniging directienieuws of nieuws van afdelingen. Geen vertrouwelijk nieuws want vaak is de nieuwslijn ook van buiten het bedrijf toegankelijk. ∅ Te gebruiken bij acties, rampen en consumenteninformatie.	∅ IJ telefonistes: tweerichtingsverkeer waardoor op specifieke vragen informatie kan worden verstrekt.			
	X	∅ Oproepen van medewerkers. ∅ Muziekuitzending tijdens feestelijke gebeurtenissen. ∅ Aanwijzingen gedurende calamiteiten.	∅ Indringend, maar bij misbruik ook irriterend en daardoor minder effectief. ∅ A-selectief, de boodschap is ook hoorbaar voor anderen dan de geadresseerde. ∅ Boodschap gaat verloren voor medewerkers die buiten het gebouw zijn.	∅ Liefst aan te leggen bij nieuwbouw, anders zeer kostbare investering.	∅ Willekeurig.	Niet, in dit geval niet van belang.
Beoordeling/ functioneringsgesprekken	X	∅ Bevordering onderlinge communicatie medewerker en leidinggevende. ∅ Vermindering van het ziekteverzuim.	∅ Redelijk tot groot, afhankelijk van de wil om het eigen of andermans functioneren ter discussie te stellen. ∅ Kan vergroot	∅ Voorbereiding in de vorm van gesprekst rainingen.	∅ Periodiek.	Niet, in dit geval niet van belang.

Gesprekken met maatschappelijk werk en BGD's		⌘ Beeldvorming van en over de organisatie duidelijk maken. ⌘ Geeft inzicht in knelpunten interne communicatie en is daardoor uitermate geschikt als ingang voor een intern communicatieplan.	worden door training van de lijnfunctionaris. ⌘ Bij een beoordelingsgesprek is er een directe relatie tussen kwaliteiten en verdiensten. Daardoor kunnen slecht functionerende medewerkers verder gedemotiveerd raken.			
	X	⌘ Bevordering onderlinge communicatie in het algemeen. ⌘ Bevordering onderlinge communicatie medewerker en leidinggevende. Vermindering van het ziekteverzuim. Beeldvorming van en over de organisatie duidelijk maken. Geeft inzicht in knelpunten interne communicatie en is daardoor uitermate geschikt als ingang voor een intern	⌘ Redelijk tot groot, afhankelijk van de wil om het eigen of andermans functioneren ter discussie te stellen. ⌘ Kan vergroot worden door training van de lijnfunctionaris. ⌘ Bij een beoordelingsgesprek is er een directe relatie tussen kwaliteiten en verdiensten. Daardoor kunnen slecht functionerende medewerkers	⌘ Voorbereiding in de vorm van gesprekstrainingen.	⌘ Incidenteel bij gesignaleerd disfunctioneren.	Niet, in dit geval niet van belang.

			communicatieplan.	verder gedemotiveerd raken.			
Spreekuur directeur	X		- Indien psychologische afstand tussen directie en medewerkers klein moet zijn. - Als informatiebron over de werkvloer voor het management.	- Medewerkers kunnen hun ideeën kwijt en daardoor enige invloed op de bedrijfsvoering uitoefenen. - Werkt alleen als de directeur uit overtuiging meewerkt, anders is er een averechts effect.	- Geen. - De directeur is een kostbare kracht, dus de aan spreekuur bestede tijd moet wel in verhouding staan tot de mogelijke opbrengsten.	Bij voorkeur vaste tijd in de week.	Niet, in dit geval niet van belang.
Interview	X	X	- Intern: uitleg van zaken die de organisatie betreffen in de ruimste zin van het woord en afgegeven door elk niveau medewerker. - Extern: uitleg van zaken die de organisatie betreffen in haar relatie met de buitenwereld, afgegeven door een leidinggevende of woordvoerder.	- Intern: impact is afhankelijk van het onderwerp. - Extern: impact afhankelijk van het gekozen medium. Indien de verkeerde zaken worden gezegd kan het effect zeer negatief zijn.	- Intern; onderdeel van het personeelsmedium en als zodanig deel uitmakend van de productie van dit medium. - Voorbereiding d.m.v. interviewtraining van betrokken woordvoerder.	- Intern: personeelsblad of bedrijfsjournaal. - Krant, tijdschrift, radio en televisie.	Niet, in dit geval niet van belang.
Medium (audiovisueel)	Intern	Extern	Toepasbaarheid	Effectiviteit	Productie	Verspreiding	Wel/niet inzetbaar

Bedrijfsjournaal	X		⌀ Als vervanger van of aanvulling op het personeelsblad. ⌀ Voor onderwerpen die extra nadruk verdienen. ⌀ In organisaties van meer dan gemiddelde grootte met veel nevenvestigingen.	⌀ Grote impact. ⌀ Mensen kunnen de uitzending op de voor hen geschikte tijd bekijken. ⌀ Geen diepgaande informatie mogelijk.	⌀ Bij productiemaatschappij: hierbij beperken de werkzaamheden van de organisatie zich tot het aandragen van items en de controle op de uitvoering. ⌀ In eigen beheer: dit vergt een hoge aanvangsinvestering voor apparatuur en een productiebedrag. ⌀ Hoge investering in afspeelapparatuur voor alle vestigingen.	⌀ Middels videokopieën. ⌀ Via de satelliet.	Niet, in dit geval niet van belang.
AV-programma	X	X	⌀ In het algemeen: programma met diepgaande informatie over één onderwerp. ⌀ Vaak geschikt voor meerdere doelen en grote groepen mensen. ⌀ Intern: te gebruiken bij fusies of in het opleidingstrajet. ⌀ Extern: te gebruiken bij product- en bedrijfspresentaties,	⌀ Statisch medium, de mensen moeten naar een bepaalde ruimte komen om kennis van de boodschap te nemen.	⌀ Productie in principe altijd buitenshuis. ⌀ Beperking werkzaamheden van de organisatie tot het aandragen van het concept en de controle op de uitvoering daarvan. ⌀ Productiekosten zijn afhankelijk van het gekozen medium.	⌀ Meestal in huis in een aparte AV-ruimte. ⌀ Bij video ook mobiel.	Niet, in dit geval niet van belang.

Interactieve media			citymarketing, tentoonstellingen en beurzen.				
	X	X	- Algemeen: in situaties waarin mensen met een verschillende beginsituatie na afloop een gelijk informatie/kennisniveau moeten hebben. - Geschikt voor een beperkt doel, met informatie met een lange looptijd. - Intern: te gebruiken bij trainingsprogramma's voor een grote groep medewerkers. - In trainingsprogramma's waarin differentiatie in de diepgang van informatie gewenst is. - Extern: bij tentoonstellingen met educatief karakter.	- Werkt als trainingsmiddel sterk motiverend. - Werkt beter bij jongeren dan bij ouderen, omdat daar eerst de 'computerangst' moet worden overwonnen. - Na doorlopen van het programma heeft iedereen hetzelfde informatie/kennisniveau.	- Productie niet in huis mogelijk vanwege noodzakelijke technische faciliteiten: speciale software en videobeeldplaatproductie. - Lange voorbereidingstijd, waarbij de producent een diepgaand onderzoek naar de materie moet uitvoeren. - Hoge kosten. Dit punt is afhankelijk van de waarde van de informatie en het aantal mensen dat moet worden bereikt, van wisselend belang.	- Intern: aparte lesruimte. - Extern: bij educatieve instellingen.	Niet, in dit geval niet van belang.

Teletekst		X	∅ Informatie van algemeen belang: weer, tijd, nieuws, vliegtuigtijden, beursnotities.	∅ Mensen zoeken de informatie gericht, dus effectief. ∅ Mensen die de informatie niet zoeken, worden niet bereikt. ∅ Eenrichtingsverkeer.	∅ /	∅ Via geschikte tv-toestellen. De informatie is gratis.	Niet, in dit geval niet van belang.
Radio		X	∅ Product advertising.	∅ Afhankelijk van aantal luisteraars. ∅ Afhankelijk van keuze voor verspreidingsgebied uitzendingen en doelgebied van de producent/ detaillist.	∅ Kosten en mogelijkheden afhankelijk van de professionaliteit van de opdrachtgever en van het radiostation. In het algemeen zijn spots voor lokale stations goedkoper dan voor landelijke stations. Het gaat dan zowel om kosten voor productie als voor uitzending.	∅ Via de radio.	Niet, in dit geval niet van belang.
Diamededelingen bord	X	X	∅ Intern: voor belangrijk en actueel nieuws. ∅ Afhankelijk van het soort bord urgente of langlopende informatievoorziening mogelijk. ∅ Extern: als reclamemiddel in openbare gebouwen en openbaar vervoer.	∅ Effectief, mits op een strategische plaats geplaatst. ∅ Extern: mensen zien informatie tijdens het wachten.	∅ Aanvangskosten iets hoger dan voor het mededelingenbord. ∅ Productie dia's duurder dan briefjes.	∅ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.

Interne kabelkrant	X	∅ Afhankelijk van het soort bord urgente of langlopende informatievoorziening mogelijk.	∅ Effectief, mits op een strategische plaats geplaatst.	∅ Simpele productie. Na eenmalige aanschaf volstaan papier en punaises. Wel is er een probleem met het bijhouden.	∅ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.
Videonieuwsbrief	X	∅ Begeleiding van langdurige veranderingsprocessen, met als doel 'de neuzen in dezelfde richting' te houden. ∅ Bij multinationals, per vestiging als een soort videojournaal met informatie voor overige vestigingen.	∅ Grote impact. ∅ Mensen kunnen de uitzending op de voorhen geschikte tijd bekijken. ∅ Geen diepgaande informatie mogelijk.	∅ Bij productiemaatschappij: hierbij beperken de werkzaamheden van de organisatie zich tot het aandragen van items en de controle op de uitvoering. ∅ In eigen beheer: dit vergt een hoge aanvangsinvestering voor apparatuur en een productiebedrag. ∅ Hoge investering in afspeelapparatuur voor alle vestigingen.	∅ Per videotape. Denk daarbij aan de verschillende soorten videosystemen, tv-systemen en eventuele gevoeligheden van overheden voor video's.	Niet, in dit geval niet van belang.
Televisie	X	∅ Product advertising. ∅ Nieuwsvoorziening over de organisatie.	∅ Afhankelijk van het aantal kijkers. ∅ Commercials: afhankelijk van de keuze van het verspreidingsgebied van de uitzendingen, de uitzendtijd en de doelgroep van de producent/ detaillist.	∅ Kosten en mogelijkheden afhankelijk van de professionaliteit van de opdrachtgever en de zendgemachtigde. In het algemeen zijn lokale stations voor commercials goedkoper dan landelijke. Dit geldt zowel voor de productie van de spot als voor de kosten van de uitzending. ∅ Voor nieuwsvoorziening zijn er geen eigen	∅ Via televisie-uitzending.	Niet, in dit geval niet van belang.

productie- en uitzendkosten.							
Medium (interactief)	Intern	Extern	Toepasbaarheid	Effectiviteit	Productie	Verspreiding	Wel/niet inzetbaar
Internet		X	- Openbaar. - Bevat informatie over de organisatie en haar producten en diensten. - Bevat links naar soortgelijke sites of naar sites met aanvullende informatie zoals koepelorganisaties. - Op consumenten gerichte sites bevatten extra gimmicks zoals routeplanner of spelen. - B-to-B-sites beperken zich tot zuivere informatie. - Bevat externe mailfunctie, vaak middels elektronische formulieren met automatische	- Meetbaar door analyse van bezoekersgedrag. - Bij commerciële sites is de effectiviteit meetbaar door het aantal bestellingen.	- Veel aandacht nodig voor navigatie om bezoekers te binden. - Veel aandacht voor tekst. Beeldschermtekst vraagt om een andere aanpak dan gedrukte tekst. - Inhoudelijk zelf voorbereiden, maar technisch door gespecialiseerd bedrijf laten maken. - Pas op voor teveel toeters en bellen. Hoe meer grafische bestanden, des te trager het laden gaat en des te groter de kans op afhaken is. - Bewegend beeld en geluid vragen plugins die bezoekers vaak niet bezitten. Biedt de mogelijkheid te downloaden, maar die gelegenheid wordt zelden gebruikt.	- Via www en aanmelding bij zoveel mogelijk zoekmachines. - Ondersteunen met een campagne en vermeldingen in de traditionele media.	Wel, aanwezig bij een aantal PO scholen en wordt door veel ouders bezocht.

Extranet		verzending naar de postbus.				
	X	⌘ Besloten, slechts toegankelijk voor beperkte groep. ⌘ Soms in combinatie met een vrij toegankelijke website. ⌘ Bevat interne mailfunctie naar zelf gekozen postbussen.	⌘ Na hoge aanvangsinvestering sterk kostenbesparend door vermindering van de kosten voor druk en porti.	⌘ Veel aandacht nodig voor navigatie om bezoekers snel de juiste informatie te laten vinden. ⌘ Veel aandacht voor tekst. Maak van grote teksten aparte txt of pdf-files.	⌘ Via een besloten gedeelte van het internet. ⌘ Ondersteunen door andere op de doelgroep gerichte media.	Niet, in dit geval niet van belang.
Intranet	X	⌘ Besloten, slechts toegankelijk voor medewerkers, vaak functioneel bepaald wie waar toegang heeft. ⌘ Bevat ondermeer informatie over de bedrijfsvoering, bedrijfsinterne handboeken, alle promotiematerial en en externe publicaties.	⌘ Na hoge aanvanginvestering sterk kostenbesparend door vermindering van de kosten voor en porti.	⌘ Intranet is een intern bedrijfsmiddel, dus wel aandacht nodig voor navigatie om medewerkers in het werk te ondersteunen. ⌘ Veel aandacht voor tekst. Maak van grote teksten aparte txt of pdf-files.	⌘ Via bedrijfsnetwerk. ⌘ Ondersteunen met verwijzingen in de interne media of deze media juist totaal vervangen door intranet.	Niet, in dit geval niet van belang.

Medium	Intern	Extern	Toepasbaarheid	Effectiviteit	Productie	Verspreiding	Wel/niet inzetbaar
(overige)							
Buitenreclame		X	⊗ Product advertising.	⊗ Afhankelijk van de plaatsing redelijk.	⊗ Beeld neemt een grotere plaats in dan het woord.	⊗ Op één tot oneindig aantal	Wel, om potentiële ouders van kinderen in de wijk attent te maken

Relatie- geschenken			- Ø Kingsize thema-advertentie ten behoeve van een PR-campagne. - Ø Als gimmick om een scheidende medewerker of een collega-onderneming in het zonnetje te zetten. - Ø Ook mogelijk bij lokale of regionale campagnes.	- Ø Effectiviteit neemt toe met het aantal plaatsingen. - Ø Soms levert de plaatsing gevaar op, zoals bij kruisingen.	- Ø Bijna altijd in meer kleurendruk. - Ø Kostbare vervaardiging, zeker in kleine aantallen. Bij billboards zijn die kosten nog hoger i.v.m. aflopende druk en het sluitend maken van het drukwerk.	- uitingen. - Ø Lokaal, regionaal, nationaal.	op de school.
	X		- Ø Bevestigt de band tussen (nieuwe) zakenrelaties. - Ø Als gimmick bij direct mailacties. - Ø Bij bedrijfsjubilea.	Ø Bij dure geschenken slecht als de naam van de gever (prominent) op het geschenk staat. Bij goedkope geschenken alleen werkzaam als het geschenk ook praktisch bruikbaar is.	- Ø Via gespecialiseerd bedrijf dat op kant en klare producten de naam van de opdrachtgever bevestigt. - Ø In eigen beheer door het inschakelen van een kunstenaar. - Ø Problemen met de originaliteit.	- Ø Goedkope geschenken in massa op beurzen, bij bedrijfsbezoeken, open dagen, etc. - Ø Dure geschenken alleen aan speciale relaties. Hoe duurder het geschenk, des te exclusiever de verspreiding.	Niet, in dit geval niet van belang.
	X	X	- Ø Intern: ter ondersteuning van kwaliteits-, milieu- en veiligheidscampagnes. - Ø Extern: ter	Ø Intern: effectief, mits de stickers regelmatig vernieuwd worden of van plaats wisselen. Als een sticker steeds op dezelfde plek hangt,	- Ø Afhankelijk van het doel uitvoering in een al dan niet permanente uitvoering. - Ø Extern verspreide stickers moeten gemakkelijk te verwijderen zijn.	- Ø Intern: op goed zichtbare en frequent bezochte plaatsen in gebouwen. - Ø Extern: als	Niet, in dit geval niet van belang.

		ondersteuning van een PR- of marketingcampagne. ⌀ Het onderhouden van de naam-, merk- of productbekendheid.	wordt het onderdeel van die plek en gaat het effect verloren. ⌀ Extern: effectief als de sticker op daarvoor bestemde plaatsen wordt geplakt.	⌀ Meestal uitvoering in (zeef) druk. ⌀ Relatief goedkoop te maken.	weggevertje tijdens manifestaties of als onderdeel van informatiepakketten.	
Displaymaterialen	X	⌀ Vooral bedoeld ter ondersteuning van marketingdoelstellingen. ⌀ Ter ondersteuning van PR-doelstellingen.	⌀ Effectiviteit vooral afhankelijk van de plaatsing door de gebruiker.	⌀ Productie door speciale drukkerijen of bedrijven die zich op displays toeleggen. ⌀ Uitvoering afhankelijk van gebruiksduur. Langdurig = kunststof, relatief kort = karton. ⌀ Op sommige modellen rust patent.	⌀ Via de groothandel. ⌀ Directe verzending aan afnemers.	Niet, middel is niet relevant in dit onderzoek.
PV-activiteiten	X	⌀ Verhogen betrokkenheid personeel. ⌀ Beeldvormend middel waardoor personeel makkelijker valt aan te trekken.	⌀ Afhankelijk van de bedrijfscultuur.	⌀ Door personeelsvereniging met financiën van het bedrijf en eigen bijdrage van het personeel. ⌀ Geen invloed op de kwaliteit van de dienstverlening, waardoor afbreukrisico zou kunnen ontstaan.	⌀ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang. Past niet bij de bedrijfscultuur.
Documentatiecentrum	X	X	⌀ Intern: centraliseren van de informatiestroom, waardoor sturing mogelijk is. ⌀ Afhankelijk van openingstijden centrum en bereikbaarheid. ⌀ Vooral het archiefgedeelte is	⌀ Kostenbesparing door minder abonnementen. Wel: meer kosten voor kopieën, personeel en inrichting van de leeszaal.	⌀ N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.

Ideeënbus			- Indien kostenbesparing wordt nagestreefd. - Extern: min of meer openbare bibliotheek, vooral voor wetenschappelijk e doeleinden.	- voor een leek moeilijk toegankelijk. - Informatie is minder snel beschikbaar.			
	X	X	- Intern: voor het losweken van ideeën van medewerkers voor kotenbesparende vindingen. - Extern: ideeën van klanten voor verbeteringen van de dienstverlening. Voorkoming bedrijfsblindheid.	- Intern: kostenbesparing door ideeën van de werkvloer. - Vergrote effectiviteit door koppeling met ideeëncommissies van andere organisaties. - Voor iedereen toegankelijk medium. - Biedt mogelijkheden tot extra beloningen voor creativiteit. Dit werkt motiverend. - Extern: redelijk effectief, al zullen er vaak meer klachten dan ideeën naar voren komen.	- Ophangen van bus. - Instellen van commissie die de ideeën op haalbaarheid beoordeelt. Dit kost veel tijd: daardoor wordt dit werk vaak als sluitpost gezien. Een slecht werkende procedure werkt echter demotiverend.	Op centrale plaats in de organisatie.	Niet, in dit geval niet van belang.
Interne klachten-procedure	X		- Aanpak ziekteverzuim. - Voorkomen buitensporig personeelsverloop.	Levert door psychologische factoren het bedrijf geld op in de vorm van kostenbesparing op personeelswerving.	Instellen van een klachtencommissie. Het bewaken van de procedure kost veel tijd; daardoor wordt dit werk vaak als sluitpost gezien. Een slecht	N.v.t.	Niet, in dit geval niet van belang.

OR-verkiezings- middelen			en ziekteverzuim. ⌘ Anonimiteit kan de effectiviteit vergroten . ⌘ Mondigheid van medewerkers is noodzakelijk. ⌘ Sommige klachten, met name op het persoonlijke vlak, zijn onoplosbaar wat tot extra frustratie leidt.	werkende procedure werkt echter het omgekeerde van het beoogde doel in de hand.		
	X	⌘ In organisaties vanaf ±50 medewerkers. ⌘ Toelichten van beleidsbeslissingen en nieuws vanuit/ over de onderneming in het algemeen. ⌘ Lenen zich goed om complexe stof voor een brede of juist specifieke publieksgroep toegankelijk te maken. ⌘ Uitleggen van bedrijfsbeleid en gang van zaken in het bedrijf, fusie-informatie, OR-verkiezingen, etc. ⌘ Ter ondersteuning	⌘ Bereikt, mits goed verspreid, alle medewerkers, maar niet iedereen leest het blad. ⌘ Niet geschikt voor actueel nieuws, uitgezonderd wanneer er een wekelijkse/ dagelijkse verschijningsfrequentie is. ⌘ Dikke brochures noden niet tot lezen, folders en leaflets kunnen maar erg weinig informatie bevatten. ⌘ Eenrichtingsverkeer, dus geen controle mogelijk op het daadwerkelijke bereik. ⌘ Bij onjuiste	⌘ Vaak lange productietijd, ondermeer door uitbesteding van delen van het productietraject. ⌘ Het is moeilijk om een goed werkende redactie samen te stellen, zeker als deze uit onervaren krachten bestaat. ⌘ Vaak problemen rond de verantwoordelijkheden (Redactiestatuut). ⌘ Afhankelijk van de wensen zeer snel en goedkoop, of juist zeer moeizaam en duur te realiseren. ⌘ Vaak teveel mensen die invloed hebben, waardoor onnodige kosten en vertragingen ontstaan. ⌘ Afhankelijk van het doel uitvoering in een al dan niet permanente	⌘ Bezorging aan huis op vastgestelde tijdstippen. ⌘ Via interne post op de werkplek. ⌘ Algemeen of aan beperkte doelgroepen of individuen. ⌘ Onjuiste verspreiding leidt tot slingeren, waardoor ze uiteindelijk in het ‘ronde archief’ terecht komen. Hierdoor wordt de effectiviteit negatief beïnvloed.	Niet, in dit geval niet van belang.

Lezingen veiligheids- deskundige		van kwaliteits-, milieu- en veiligheidscampagnes. ☞ Vooral toepasbaar in situaties waarin de boodschap vele malen herhaald moet worden. ☞ OR-verkiezingen, ARBO-acties, introductie nieuwe producten/diensten.	verspreiding wordt de effectiviteit negatief beïnvloed. ☞ Effectief, mits de stickers regelmatig vernieuwd worden of van plaats wisselen. Als een sticker steeds op dezelfde plek hangt, wordt het onderdeel van die plek en gaat het effect verloren. ☞ Hoge impact, vooral omdat ingespeeld wordt op de nadruk op visuele prikkels in onze samenleving. ☞ Hebben een korte levensduur en zijn daarom met name geschikt om acties te ondersteunen. ☞ Oppervlakkig qua tekstniveau.	uitvoering. ☞ Extern verspreide stickers moeten gemakkelijk te verwijderen zijn. ☞ Meestal uitvoering in (zeef) druk. ☞ Relatief goedkoop te maken. ☞ Duur medium door de kosten van ontwerp en uitvoering.	☞ Op goed zichtbare en frequent bezochte plaatsen in gebouwen. ☞ Intern: ophangen op mededelingenborden en deuren.	
	X	☞ Intern: bevorderen van deskundigheid van medewerkers en motivatieverhoging. ☞ Extern: bijdrage aan het positieve beeld van externe relaties van de	☞ Intern: meest vakinhoudelijk niet echt effectief. Veel stof is al bekend, maar i wel een goede opfrisser. ☞ Extern: naarmate de verzorging beter is, stijgt de effectiviteit van een bijeenkomst.	☞ Intern: n.v.t. qua voorbereiding, wel productieverlies door afwezigheid medewerker(s). ☞ Extern: lange voorbereidingstijd, dus hoge personeelskosten. Daarnaast kosten voor uitnodigingen en representatie tijdens de	☞ Intern: n.v.t. ☞ Extern: via de post naar publieksgroepen in het eigen of gehuurde relatiebestand.	Niet, in dit geval niet van belang.

			organisatie.		bijeenkomst. Bovendien tijds- en kosteninvestering voor de hand-out.		
Huisstijldragers	X	X	⊗ Dragen het beeldmerk van de organisatie over. ⊗ Wanneer medewerkers het gevoel moeten krijgen deel uit te maken van een organisatie.	⊗ Afhankelijk van de gebruikte drager. ⊗ Problemen met handhaving en controle van de toepassing. Slechte toepassing heeft een negatieve invloed op de effectiviteit.	⊗ Hoge ontwikkelkosten voor de huisstijl. ⊗ Diverse vormen van productie.	⊗ Op alle middelen van de organisatie.	Wel, middel is aanwezig.
Multimedia-projecten		X	⊗ Toe te passen voor een (gecompliceerde) boodschap aan een breed publiek, waarbij het van belang is dat de boodschap iedereen ter plaatse bereikt.	⊗ Zeer effectief omdat alle gedachteaders en hersenactiviteiten van de publieksgroep worden aangesproken. ⊗ Naarmate de show langer duurt, neemt de effectiviteit door verzadiging af.	⊗ Zeer hoge kosten, zowel voor ontwikkeling en uitvoering als voor presentatie.	⊗ In een aparte ruimte of op locatie buiten de organisatie.	Niet, in dit geval niet van belang.
CD-ROM educatief	X	X	⊗ In situaties waarin mensen met verschillende beginsituaties na afloop een gelijk kennis/informatieniveau moeten hebben. ⊗ Beperkt doel met een langere looptijd. ⊗ Intern: trainingsprogramma's voor grote	⊗ Trainingsprogramma werkt sterk motiverend. ⊗ Werkt beter bij jongeren dan bij ouderen. ⊗ Medewerkers van hetzelfde niveau hebben na doorloop hetzelfde uitgangsniveau	⊗ Door gespecialiseerd bedrijf in samenwerking met trainers.	⊗ In eigen leslokaal. ⊗ In thuissituatie, mits de cursus geen centrale registratie van resultaten behoeft. Anders is dit slechts mogelijk bij telewerken.	Niet, in dit geval niet van belang.

CD-ROM informerend		groep medewerkers die door wisseldiensten of buitendienst weinig gelegenheid hebben reguliere cursussen te volgen. ∅ In trainingprogramma's waarbij differentiatie in diepgang gewenst is. ∅ Extern: tentoonstellingen met een educatief karakter.				
	X	∅ Openbaar. ∅ Bevat informatie over de organisatie en haar producten en diensten. ∅ Bevat links naar soortgelijke sites of naar sites met aanvullende informatie zoals koepelorganisaties. ∅ Op consumenten gerichte sites bevatten extra	∅ Meetbaar door analyse van bezoekersgedrag. ∅ Bij commerciële sites is de effectiviteit meetbaar door het aantal bestellingen.	∅ Veel aandacht nodig voor navigatie om bezoekers te binden. ∅ Veel aandacht voor tekst. Beeldschermtekst vraagt om een andere aanpak dan gedrukte tekst. ∅ Inhoudelijk zelf voorbereiden, maar technisch door gespecialiseerd bedrijf laten maken. ∅ Pas op voor teveel toeters en bellen. Hoe meer grafische bestanden, des te trager het laden gaat en	∅ Op verzoek of als hand-out bij bedrijfsbezoek. ∅ Als hand-out na vertegenwoordigerbezoek.	Niet, in dit geval niet van belang.

CD-ROM product		gimmicks zoals routeplanner of spelen. ⌚ B-to-B-sites beperken zich tot zuivere informatie. ⌚ Bevat externe mailfunctie, vaak middels elektronische formulieren met automatische verzending naar de postbus.		des te groter de kans op afhaken is. ⌚ Bewegend beeld en geluid vragen plugins die bezoekers vaak niet bezitten. Biedt de mogelijkheid te downloaden, maar die gelegenheid wordt zelden gebruikt.		
	X	⌚ Verkoopinformatie over product of dienst, zowel per product als de totale productrange.	⌚ Terug te leiden op toename van afzet of vragen om meer informatie/demonstratie.	⌚ Feitelijke combinatie van A-productie en interactieve site. De kosten zijn dus relatief hoog en moeten ook met die van AV-productie vergeleken worden.	⌚ Als onderdeel van een DM-actie. ⌚ Als hand-out na vertegenwoordigerbezoek.	Niet, in dit geval niet van belang.

Bijlage 8: Verklaring eigen werk



Verklaring Eigen Werk

Persoonlijke gegevens

Achternaam	HONG
Roepnaam	ALAIN
Studentnummer	1099904
Fontys Emailadres	A.HONG@STUDENT.FONTYS.NL
Geboortedatum	20 APRIL 1996

Specifieke gegevens

Titel werkstuk, scriptie, opdracht, verslag	SCRIPTIE: "PERSONEEL GEZOCHT" SCRIPTIE: "IEDER ZIJN EIGEN DING"
Aanvullingen, opmerkingen etc.:	

In de OER (Opleidings- en Examenreglement Regeling) van Fontys Economische Hogeschool is de volgende regeling met betrekking tot onregelmatigheden en fraude opgenomen:

Artikel 38 Onregelmatigheden en fraude	
1.	Indien een student zich ten aanzien van (een onderdeel van) het examen aan een onregelmatigheid schuldig heeft gemaakt, kan de examencommissie bepalen dat aan die student het recht wordt ontnomen één of meer toetsen of competentie-examen van de opleiding af te leggen gedurende een door de examencommissie te bepalen periode van ten hoogste één jaar. Indien de summatieve toets of het competentie-examen al was beoordeeld wordt het resultaat ongeldig verklaard.
2.	Indien de onregelmatigheid eerst na afloop van het examen wordt ontdekt, kan de examencommissie de student het getuigschrift als bedoeld in artikel 7.11 van de Wet, onthouden of kan zij bepalen dat de betrokken student het getuigschrift slechts kan worden uitgereikt na een hernieuwde toets, een hernieuwd competentie-examen of een hernieuwd examen in de door de examencommissie aan te wijzen onderdelen en op een door haar te bepalen wijze.
3.	Alvorens een beslissing ingevolge het eerste of tweede lid te nemen, hoort de examencommissie de student en eventuele belanghebbenden. Van dit horen wordt een verslag gemaakt, dat door de student ondertekend wordt voor gezien of akkoord, eventueel met de aantekening "gezien, maar niet akkoord". De examencommissie deelt haar beslissing onverwijld mede aan de student, zo mogelijk mondeling en in ieder geval schriftelijk. Tevens wordt de beroepsmogelijkheid voor de student aangegeven.
4.	De examencommissie maakt van de beslissing en van de feiten waarop deze steunt, een rapport op.

Ik verklaar dat ik bij het onderzoek voor en het schrijven van dit werk niet heb geplagieerd, gefraudeerd of anderszins in strijd met de OER heb gehandeld.

Datum: 29 MEI 2009

Handtekening:

Bijlage 9: Tien Stappen Plan Masterplan

TSP-MASTERPLAN AFSTUDEEROPDRACHT MARKETINGCOMMUNICATIE

		Start 12/1											Einde 5/6	
		145 dagen												
Fasering	Vorbereiding		Orientatiefase 25 dgn					Onderzoek/opl.fase 70 dgn.			Invoerfase 50 dgn.		Uitlooptijd	
Modelverdeling			2,5	5	10	5	2,5	10	50	10	35	15		
Gepland aantal dagen			10	2	7	5	1	8	50	12	30	20		
Gerealiseerd aantal dagen			3	1	19	2	3	7	50	10	32	18		
Stappen		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Actie	Kennis-making	Werving	Externe orientatie	Intake	Orient. interviews	Analyse	Terug-koppeling	Werk-planning	Diepte-onderzoek	Oplossings-plan	Invoering	Afronding		
Info-opties	gespreks-verslag	. soll. brief . opties . keuze	. activiteiten lijst	. bijwonen . gespreks- verslag	. selectie . thema's . gespreks- verslagen	concept- presen- tatie	. bijwonen	project- planning	tussen- tijdse re- sultaten	concept presen- tatie	concept presen- tatie	. concept rapport . evaluatie verslag		
		↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓		
Info-plicht			Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	Logboek	
Voorbeeld data			12/1	(15/1)	(20/1)	(30/1)	(2/2)	5/2	(15/2)	(6/4)	16/4	(21/5)	5/6	
Data gepland		10-dec 10-dec	12-jan	15-jan	15-jan	5-feb	6-feb	9-feb	15-feb	6-apr	16-apr	18-mei		
Data gereed		10-dec 10-dec	15-jan	15-jan	4-feb	6-feb	9-feb	15-feb	6-apr	16-apr	18-mei	5-jun		

Uitgangspunten:

- . afstudeertijd 21 weken = 145 dagen
- . gedateerde planning
- . logboekdata vastgelegd
- . enkele weken uitlooptijd
- . planning geschikt voor input voortgangsstatistiek