

Project Anansi

Ontwerpen, Werven & Implementeren

“Dit is een bijkans onmogelijke opgave, draag er wezenlijk toe bij dat die slaagt!”



Organisatie:	Project Anansi
Opdrachtgever:	Drs. Bharos
Plaats, datum:	Den Haag, vrijdag 03 juni 2005
Opgesteld door:	Lindsey Dripal Haagse Hogeschool opleiding Management, Economie & Recht

Titelblad

Gegevens Student

Naam: Lindsey Dripal

Studentennummer: 20012522

Sector: Economie & Management

Naam opleiding: Management, Economie en Recht

Gegevens opdracht

Titel van de opdracht: Ontwerpen, werven & Implementeren

Organisatie: Project Anansi, Samen Rijker

Naam opdrachtgevers: Drs B.H. Bharos

Functie opdrachtgever: Initiatiefnemer van het project

Duur opdracht: 21 maart tot en met 03 juni 2005

Naam interne begeleider: Drs. R.H. da Silva

Voorwoord

Ter afsluiting van mijn studie aan de Haagse Hogeschool voor de opleiding Management, Economie en Recht heb ik een implementatieplan mogen schrijven voor het Project Anansi. In het implementatieplan vindt u de aanbevelingen en de stappen die ondernomen dienen te worden om de uitvoering betreffende de keuze en werving van de basisschool.

Het is een prachtig project met een maatschappelijk belang en ik voel mij vereerd dat ik hier mijn steentje bij kan dragen en iets kan betekenen voor het project en voor de basisschoolkinderen in het dorp Kayana wat gelegen is in de binnenlanden van Suriname.

Gedurende mijn afstudeertraject ben ik meer te weten gekomen over de diversiteit wat er bij het opzetten van een dienst om de hoek komt kijken en dat er kennis vanuit andere invalshoeken geboden is om een juiste afweging te kunnen maken en daaruit de mogelijkheden geformuleerd kan krijgen.

Ik wil mijn dankbetuiging tonen aan de heren H. Bharos en Drs. R.H. da Silva (de initiatiefnemers) die mij de kans hebben gegeven om deel uit te mogen maken van het project Anansi. Zij hebben mij door hun persoonlijke en professionele benadering ervoor gezorgd dat ik mij al snel op mijn plek voelde en mij als “volwaardig” projectlid aan zagen. Ondanks de hectische momenten bij deze mensen hebben ze altijd de moeite en tijd genomen om zo goed mogelijk te begeleiden en te informeren waar nodig was.

Ik wil tevens Drs. H.M.C. Lachman bedanken voor zijn optreden als extern deskundige voor mijn afstudeertraject.

Deze mensen hebben ervoor gezorgd door hun begeleiding en kennis dat mijn afstudeertraject de volgende drie sleutelwoorden kent; leerzaam, praktijkgericht en waardevol.

Ik hoop dat door middel van dit rapport duidelijkheid is geschept betreffende de mogelijkheden en verdere voortgang betreffende de coördinatie van de basisschool en dat het plan tot uitvoering gebracht kan worden.

Lindsey Dripal
Haagse Hogeschool
Juni 2005

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	5
INLEIDING	6
HOOFDSTUK 1 ONDERZOEKSMETHODE	7
HOOFDSTUK 2 ACHTERGRONDINFORMATIE PROJECT ANANSI	9
HOOFDSTUK 3 DE HUIDIGE SITUATIE	10
§ 3.1 Hoog aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen	
§ 3.2 Onderwijsmethode	
§ 3.3 Isolatie van de omgeving	
HOOFDSTUK 4 DE GEWENSTE SITUATIE	13
§ 4.1 Plan project Anansi	
§ 4.2 Doelstelling voor project Anansi	
§ 4.3 Gewenste situatie binnenlanden van Suriname	
§ 4.4 Programma eisen & wensen.	
HOOFDSTUK 5 REALISATIE GEWENSTE SITUATIE	19
§ 5.1 Ontwerpen	
§ 5.2 Werven	
§ 5.3 Implementeren	
CONCLUSIES	50
AANBEVELINGEN	51
LITERATUURLIJST	53
BIJLAGEN	55
OVERZICHT BASISSCHOLEN	
BIJLAGE 1 EXTERNE ORIENTATIE	
BIJLAGE 2 STRUCTUUR WERVINGSGESPREKKEN	
BIJLAGE 3 PROMOTIEMATERIAAL FOLDER	
BIJLAGE 4 PROMOTIEMATERIAAL PRESENTATIE	
BIJLAGE 5 KRACHTVELDANALYSE	

Samenvatting

In de binnenlanden van Suriname wonen kinderen die door gebrek aan middelen vele kansen mislopen om verder in het leven te komen. De mogelijkheden om kennis te kunnen vergaren is zeer beperkt voor deze kinderen hen.

In de districten van Suriname zijn er lagere scholen waar de kinderen door gebrek aan middelen kansen mislopen om zich volledig te kunnen ontplooiën. Aan het eind van hun lagere school carrière is hun kennispeil onvoldoende, dat heeft als gevolg dat zij hooguit in de vmbo terecht zouden kunnen komen. Maar zelfs die scholen zijn in de districten nauwelijks voorhanden. Het gevolg is dat deze kinderen vanaf hun 12^{de} de kost moeten gaan verdienen, en gedoemd zijn de rest van hun leven op het niveau van het allerlaagste bestaansminimum door te brengen, evenals hun ouders.

De binnenlandse schoolkinderen van Suriname worden geremd om zich verder te ontwikkelen. Deze remmingen zijn te verwijten aan de volgende drie belangrijkste oorzaken.

De eerste oorzaak is dat er een hoog aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen in de binnenlanden van Suriname zijn te constateren. Dit komt doordat niet elk dorp in de binnenlanden de beschikking hebben over onderwijsfaciliteiten, hierdoor dienen de kinderen lopend 15 kilometer af te leggen om onderwijs te kunnen volgen in een naastgelegen dorp.

De tweede oorzaak ligt hem in het ontbreken van gekwalificeerd lesmateriaal en leerkrachten, hierdoor dienen oudere dorpsbewoners de kinderen les te geven met verouderd lesmateriaal. Hierdoor wordt er geen onderwijsmethode en systeem gehandhaafd, wat het kennisniveau negatief beïnvloedt. De derde oorzaak ligt in het feit dat de binnenlanden van Suriname een geïsoleerd bestaan kent. Hierdoor zijn er weinig tot geen middelen om nieuwe dingen te leren.

Het project Anansi wil de kinderen in de binnenlanden van Suriname de mogelijkheid geven om “virtueel” kennis te maken met de kinderen in de westerse wereld, namelijk de kinderen die op de Nederlandse basisschool zitten die gevestigd is in Den Haag. De achterliggende gedachte hierbij is dat er op spelenderwijs kennis wordt uitgewisseld van beide culturen en werelden. Zij leren waarderen wat een ieder heeft en hebben de kans om samen op te groeien in the Global Village.

De formulering van de doelstelling van project Anansi is; *“Spelenderwijs op alle mogelijke manieren de levens te verrijken van de kinderen in de leeftijdscategorie 8 – 10 jaar die op de Vlierboomschool en de Kayanaschool zitten.”*

De formulering van de doelstelling van het onderzoek is; *“Het opzetten van PR activiteiten, het rekruteren van een Nederlandse & Surinaamse basisschool en de implementatie van deze scholen.”*

Om de werving van de Nederlandse basisschool goed te kunnen uitvoeren, is er promotiemateriaal tot stand gebracht om het wervingstraject te kunnen ondersteunen. Hierbij zijn folders, een PowerPoint presentatie en brochures tot stand gebracht, zodat dit tijdens het gesprek met de Vlierboomschool ondersteuning kan bieden.

Na een persoonlijk gesprek met de Vlierboomschool te hebben gevoerd en hun positieve reactie op het project te hebben mogen ontvangen. Is er besloten dat zij mee mogen doen als Nederlandse basisschool met het project. Tevens is er door middel van een Stichting die werkzaam is vanuit Nederland en hulp biedt aan het dorp Kayana in de binnenlanden van Suriname, via deze weg de Surinaamse school gekozen om mee te mogen doen met het project.

Om de naamsbekendheid van project Anansi te kunnen vergroten en promotiedoelstellingen te kunnen behalen is er een promotiebeleid opgesteld, wat als resultaat heeft opgeleverd dat Publiciteit & PR haalbaar is om uit te kunnen voeren door het project. Het is van belang voor het verdere vervolg van het project dat de contacten met de betrokken partijen behouden blijft.

Inleiding

In de binnenlanden van Suriname wonen kinderen die door gebrek aan middelen vele kansen mislopen om verder in het leven te komen. De mogelijkheden om kennis te kunnen vergaren is zeer beperkt voor deze kinderen hen.

Het project Anansi wil met *Distant Learning and Experience Exchange Nederland – Suriname*, het kennisniveau in de binnenlanden van Suriname te verbeteren en wellicht te verhogen. Doel in het project wordt met moderne informatietechnologie de jeugd van lagere scholen in Nederland en Suriname binnen een educatieve omgeving systematisch met elkaar in contact gebracht. Het is een pilot project waarbij een lagere school in Den Haag en een lagere school in de binnenlanden van Suriname betrokken zijn. Het gaat hier respectievelijk om de Vlierboomschool en de Kayanaschool. De leeftijdsklasse van de basisschoolkinderen die meedoen aan het project is 8 tot 10 jaar.

De formulering van de doelstelling van het onderzoek is; *“Het opzetten van PR activiteiten, het rekruteren van een Nederlandse & Surinaamse basisschool en de implementatie van deze scholen.”*

Dit rapport is geschreven voor de initiatiefnemers en uitvoerders van het project Anansi en het biedt een uitgewerkt programma om het project succesvol te kunnen implementeren.

De opbouw van dit rapport zal naast de hoofdstukken onderzoeksmethode en achtergrondinformatie Project Anansi, in drie categorieën kunnen worden opgesplitst. Deze heeft respectievelijk de volgende indeling;

- Eerste wordt de huidige situatie beschreven;
- Dan wordt de gewenste situatie gespecificeerd;
- Tot slot wordt de weg uitgestippeld om de gewenste situatie te bereiken.

In het hoofdstuk onderzoeksmethode staat beschreven welke wegen bewandeld zijn alvorens te komen tot dit rapport.

Ik hoop dat door middel van dit rapport meer inzicht is verkregen in de procedure van het opzetten, werven en implementeren van de Vlierboomschool en de Kayanaschool.

Hoofdstuk 1 Onderzoeksmethode

Het onderzoek dient antwoord te geven op de onderstaande opgestelde onderzoeksvraag.¹

De doelstelling van dit onderzoek is te omschrijven als, *“Het opzetten van PR activiteiten, het rekruteren van een Nederlandse & Surinaamse basisschool en de implementatie van deze scholen.”*

Om antwoorden te krijgen op deze doelstelling, dient er een systematische en planmatige aanpak te worden toegepast. Zodat op deze manier alles stapsgewijs en volgens professionele methoden alles zo zorgvuldig wordt uitgevoerd.

Aan het begin van het onderzoek is er een verkennend onderzoek verricht, via deze weg probeer men zoveel mogelijk nuttige informatie te verkrijgen om het plan van aanpak te kunnen opstellen. Er heeft een oriënterend gesprek plaatsgevonden met de opdrachtgever om te kijken wat deze verwacht en wat voor eindproduct hij wil hebben. Na goedkeuring van het plan van aanpak, kan het onderzoek beginnen.

Hier wordt het verkennend onderzoek verder uitgediept en kan er specifieke op onderwerp naar informatie worden gezocht. Zo is er naar informatie gezocht om *het ontwerp van een publiciteitsplan* op te kunnen zetten. De middelen die hiervoor gebruikt zijn; studieboeken in de bibliotheek van de Haagse Hogeschool, internet en het benaderen van een communicatie – deskundige die werkzaam is aan de Haagse Hogeschool. Er is dus hier gebruik gemaakt van twee manieren van informatie werven, namelijk desk – research en field – research. Tevens zijn er diverse promotie middelen tot stand gebracht om zo het project te kunnen verkopen bij de basisscholen.

Hierna is er gewerkt aan de oriëntatie en segmentatie van de Nederlandse basisschool. Er heeft vooraf een gesprek met de opdrachtgever plaatsgevonden, die zijn wensen van deze school heeft geformuleerd. Met deze wensen diende ik verder te segmenteren en uiteindelijk een basisschool te werven. Voordat het wervingsproces kon beginnen is er eerst nog een aantal zaken vooraf gebeurd. Er is een lijst met basisscholen tot stand gebracht, die Den Haag rijk is en die op het eerste gezicht voldeed aan de segmentatiecriteria. Echter is het een algemeen gegeven dat aannames uitten, funest zijn voor het onderzoek. Hierdoor was genoodzaakt om mijn aanname te onderzoeken, ik heb via het internet informatie van de basisscholen opgevraagd en waar noodzakelijk was de basisscholen zelf bezocht en bekeken. Hierdoor kon geconcludeerd worden of een basisschool aan de eisen voldoet om mee te kunnen dingen als pilot school. Na die segmentatie, heeft er telefonisch contact plaatsgevonden om te kijken wat voor reacties het losmaakt bij de scholen.

De resultaten van deze reacties zijn gefiltreerd en er zijn twee scholen gekozen om een persoonlijke afspraak mee hebben. Van deze scholen is een externe oriëntatie gemaakt, zodat er voorbereidingen zijn getroffen om het 1^{ste} gesprek in te gaan. Er is in samenspraak met de opdrachtgever besloten om eerst af te wachten wat die afspraken voor resultaten oplevert voordat er veel tijd en energie verloren gaat met het aangaan van gesprekken. Tevens wordt op deze manier de teleurstelling beperkt bij één basisschool, als ze beiden enthousiast zijn en er een keuze dient te worden gemaakt.

Voor de keuze van het dorp in de binnenlanden van Suriname, is er halverwege het project contact gelegd met Stichting Kayana. Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de initiatiefnemer van die stichting. Het doel van dat gesprek was: “is er een samenwerking mogelijk waarbij $1 + 1 = 3$ is”. Na dat gesprek en diverse gesprekken met de opdrachtgever te hebben gehad, zijn we er over eens geworden dat zij het pilot dorp worden voor het project.

¹ Basisboek Methoden en Technieken, Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek, Baarde en De Goede, 3^{de} herziene druk, Stenfert Kroese

Daarna is er begonnen met de implementatie, hiervoor is wederom een verkennend onderzoek voor uitgevoerd. Zodat er zoveel mogelijk informatie verzameld kan worden en de theorie toe laten spitsen op project Anansi. Hier staat de vraag hoe dient het verder te gaan met de Surinaamse & Nederlandse school na de aftrap. Tevens staan de publiciteitsaspecten, klantenbinding en de naamsbekendheid van het project centraal. Om hier aanbevelingen over te kunnen uitten is er weer field – en deskresearch uitgevoerd. Er is kennis vergaard door een deskundige te informeren over de aspecten die het vak kent. Daarnaast is de literatuur bestudeerd en toegepast.

Bij het uitvoeren van dit onderzoek is er gewerkt volgens het stappenplan van Kemper & Keizer.² De stappen kan worden toegespitst op drie soort fasen waaruit de uitvoering van het onderzoek kan worden ingedeeld naarmate van tijd en vorderingen. Deze 3 fasen zijn respectievelijk te omschrijven als;

- *Oriëntatiefase bestaande uit stap 1 t/m 5;*
- *Onderzoeks- en oplossingsfase bestaande uit stap 6 t/m 8;*
- *Invoeringsfase bestaande uit stap 9 & 10.*

Deze stappen die per fase zijn ingedeeld zijn terug te zien in de leidraad van dit rapport, waarbij het Ontwerpen, Werven en implementeren centraal staat.

Als alle drie de aspecten zijn behandeld in dit rapport, het ontwerpen, werven en implementeren, kan er aanbevelingen worden geuit hoe de implementatie het beste uitgevoerd kan worden. Tevens zal er in de conclusie antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag.

² Advieskunde voor praktijkstages Organisatieverandering als leerproces, P.M. Kempen & J.A. Keizer, 2^{de} druk, Wolters – Noordhoff

Hoofdstuk 2 Achtergrondinformatie Project Anansi

De initiatiefnemers willen binnen de leef sfeer van Surinaamse en Nederlandse kinderen met internet, in de letterlijke zin van het woord, ontwikkelingsondersteuning bieden. In de districten van Suriname zijn er lagere scholen waar de kinderen door gebrek aan middelen kansen mislopen om zich volledig te kunnen ontplooiën. Aan het eind van hun lagere school carrière is hun kennispeil onvoldoende, dat heeft als gevolg dat zij hooguit in de vmbo terecht zouden kunnen komen. Maar zelfs die scholen zijn in de districten nauwelijks voorhanden. Het gevolg is dat deze kinderen vanaf hun 12^{de} de kost moeten gaan verdienen, en gedoemd zijn de rest van hun leven op het niveau van het allerlaagste bestaansminimum door te brengen, evenals hun ouders.

Daarnaast hebben de scholen in de binnenlanden geen beschikking over gekwalificeerde leerkrachten, doordat de onderwijzers uit Paramaribo niet bereid zijn om naar de binnenlanden te gaan om daar les te gaan geven.

Waarom zijn de onderwijzers uit Paramaribo eigenlijk niet bereid om naar de binnenlanden te gaan om daar hun vak te kunnen beoefenen? Hiervoor zijn diverse redenen te benoemen, de belangrijkste voor de onderwijzers, is het loonstrookje.

1. De onderwijzers zouden in de binnenlanden minder dan de helft verdienen dan wat ze in de stad zouden gaan verdienen.
2. De scholen in de binnenlanden niet over gekwalificeerd lesmateriaal bezit, hierdoor wordt het lesgeven een lastige opgave.
3. De bereikbaarheid in de binnenlanden is minimaal, doordat de wegen van de stad naar de binnenlanden niet toegankelijk zijn. Hierdoor wordt heen en weer reizen van stad naar binnenland niet mogelijk.
4. Door de ligging van de dorpen, hebben deze geen telefoon-, en internetverbinding, dit betekent geen contact met de buitenwereld.
5. Een ander probleem is de taal die in het binnenland gevoerd wordt. Doordat lessen verplicht in het Nederlands gegeven worden en de bewoners een eigen taal kennen, is de communicatie vaak een groot probleem.

Door deze ontwikkelingen in de binnenlanden van Suriname hebben de scholen geen beschikking over gekwalificeerd lesmateriaal en leerkrachten. Hierdoor wordt de doorstroming voor de binnenlandse schoolkinderen naar het voortgezet onderwijs in Paramaribo onzeker door gebrekkig kennisniveau.

Daarnaast speelt een grote rol mee, dat er alleen voortgezet onderwijs gevolgd kan worden in de stad, hierdoor zijn kinderen op hun 12^{de} levensjaar verplicht om naar de stad toe te verhuizen en dienen zij te worden opgevangen door hun familie die daar woonachtig zijn.

Door al deze beweegredenen heeft de initiatiefgroep het project Anansi opgezet. Het project Anansi wil een betekenisvolle bijdrage leveren aan het onderwijsniveau in de binnenlanden van Suriname. Er dient wel opgemerkt te worden dat Project Anansi zich niet met het onderwijs willen bezighouden, maar zich meer willen oriënteren op de buitenschoolse activiteiten.

Hoofdstuk 3 De Huidige Situatie

De binnenlandse schoolkinderen van Suriname worden geremd om zich verder te ontwikkelen. Deze remmingen zijn te verwijten aan diverse zaken. In dit hoofdstuk zullen deze zaken worden behandeld in de volgende paragrafen;

- § 3.1 Hoog aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen;
- § 3.2 Onderwijsmethode;
- § 3.3 Isolatie van de omgeving.

Deze onderwerpen kunnen de beschrijving van de huidige situatie in de binnenlanden van Suriname verduidelijken.

§ 3.1 Hoog aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen

Er is een hoog aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen in de binnenlanden van Suriname. Dit is aan een aantal aspecten te wijten.

De eerste is te wijten aan het feit dat niet elke dorp in de binnenlanden beschikt over een schoolgebouw en andere onderwijsfaciliteiten. Hierdoor zijn de kinderen van zo'n dorp gedwongen om basisonderwijs elders in de omgeving te volgen. Dit is in de meeste gevallen in een ander dorp, dit in de meeste gevallen minstens 10 á 15 kilometer lopen. Aangezien in de binnenlanden geen wegen zijn, die te berijden zijn met een fiets, brommer of een auto, moeten de kinderen lopend door natuurlijke gebieden hun weg vinden naar het volgende dorp. Er moet allereerst gemeld worden dat de scholen in de binnenlanden om 7 uur s'ochtends beginnen, door de warmte en het tropische klimaat wat daar heerst.

Als de kinderen dan om 7 uur aanwezig dienen te zijn op school in een ander dorp, dienen deze dagelijks heel erg vroeg op te staan, omdat ze het zware looptraject moeten afleggen om aan te kunnen komen op de school.

Door de warmte 30 á 32 graden, het vroege opstaan en het dagelijks afleggen van 30 kilometer, breekt de kinderen uiteindelijk op en kunnen ze het niet lang volhouden.

Een andere reden hierbij is dat door de grote inspanning die de kinderen dienen te ondernemen om onderwijs te kunnen volgen, niet tegen de baten opwegen. Ze moeten veel tijd en energie in steken, terwijl ze hier weinig voor terug krijgen. Het onderwijs wat in de binnenlanden wordt niet door gekwalificeerde onderwijzers verzorgd, maar door een dorpsbewoner.

Daarnaast worden de kinderen niet gemotiveerd en gestimuleerd door hun ouders om naar school toe te gaan. Aangezien deze mensen vanaf hun 12^{de} levensjaar al de kost verdienen, evenals hun ouders. Zij zien onderwijs niet als een kostbaar bezit, maar als tijdsverspilling. Zij vinden dat de kinderen hun tijd beter kunnen besteden door de kinderen al op vroege leeftijd de kneepjes van het vak te leren en hun ouders helpen met de kost te verdienen.

Daarnaast is er een groot lerarentekort te constateren in heel Suriname, als men kan concluderen dat er een grote vraag is naar leraren in de stad en in de binnenlanden van Suriname. Is de keuze voor een net afgestudeerde leraar of lerares de keuze snel gemaakt en kiezen zij voor de stad. De grootste reden is dat zij hier meer geld kunnen verdienen dan in de binnenlanden, en de stad wordt door het ministerie aantrekkelijker gemaakt dan de binnenlanden. Mede hierdoor zijn er in de binnenlanden overvolle klaslokalen en weinig dorpsbewoners die onderwijs verzorgen. Hierdoor wordt de werkdruk van een leraar extreem hoog en geeft hij aan combinatieklassen of aan drie verschillende klassen les.

Door de overvolle klaslokalen en de weinig begeleidende leerkrachten, krijgen kinderen hierdoor geen persoonlijke begeleiding en is er geen tot weinig controle op de kinderen. Als kinderen niet worden gecompimenteerd om hun werk wat ze leveren. Hierdoor raken zij de motivatie kwijt om zich in te blijven spannen en haken dan snel af om onderwijs te blijven volgen.

§ 3.2 Onderwijsmethode

De onderwijsmethode wat wordt gebruikt in de binnenlanden van Suriname, wordt niet ondersteund door gekwalificeerd lesmateriaal. Het is in de meeste gevallen verouderd materiaal wat uit de stad afkomstig is of uit Nederland, het onderwijs wat de binnenlandse schoolkinderen hier krijgt wordt tevens verzorgd door een niet gekwalificeerde leerkracht. Hierdoor is het kwaliteitsniveau van onderwijs in de binnenlanden laag en vaak niet up to date.

Daarnaast komt het in de meeste gevallen voor dat de binnenlandse scholen niet over genoeg middelen beschikt om op zorgvuldig onderwijs te kunnen verzorgen. Hierbij kan men denken aan onvoldoende; schrijfmateriaal, boeken, schriften en andere middelen die noodzakelijk zijn bij het onderwijs.

In de meeste gevallen komt het voor dat er geen structuur en methodes worden toegepast bij het overbrengen van kennis in de binnenlanden van Suriname. Dit is wederom weer te wijten dat onderwijs wordt verzorgd door mensen die hier niet voor hebben gestudeerd en alles gevoelsmatig aanpakken.

Doordat er geen gestructureerd onderwijs wordt gegeven en de middelen en kennis niet daar is om dat wel te realiseren, krijgen kinderen vaak les in dezelfde vakken en onderwerpen. In de ergste gevallen krijgen ze een lesboekje wat ze al een keer eerder hebben gehad, dit stimuleert kinderen niet om onderwijs te blijven volgen. Door geen onderwijsmethode en middelen toe te passen, wordt de uitdaging om het volgen van onderwijs voor de kinderen op nihil gebracht.

Tevens kunnen de leerkrachten geen nieuwsberichten over Suriname en wereldgebeurtenissen behandelen in hun klas. Dit komt mede door het feit dat de afstand tussen stad en binnenlanden moeilijk te overbruggen is, hierdoor kunnen ze geen kranten ontvangen. Daarnaast is de officiële taal in Suriname, Nederlands, echter hebben de binnenlanden een eigen taal.

Er zijn weinig impulsen in de omgeving van de binnenlanden om dit mee te nemen in het onderwijssysteem, zo beschikt de meeste dorpen in de binnenlanden niet over een televisie. Hierdoor wordt de kennistoever naar de bewoners toe zeer beperkt en krijgen ze geen nieuwe impulsen om zich verder te kunnen ontwikkelen. Het komt weleens voor dat oude kranten richtingen de binnenlanden gaan, echter kunnen de oudere bewoners deze niet lezen, doordat ze de Nederlandse taal niet goed genoeg beheersen.

De Ministerie van Onderwijs controleren niet het onderwijssysteem en kwaliteit in de binnenlanden van Suriname, terwijl ze wel op de hoogte zijn over de stand van zaken in dat gebied. Hierdoor blijft de situatie ongewijzigd en blijven de problemen op het gebied van onderwijs in de binnenlanden behouden.

§ 3.3 Isolatie van de omgeving

Door een geïsoleerde omgeving zijn er weinig tot geen middelen om nieuwe dingen te leren, men ziet in de binnenlanden steeds dezelfde mensen en elke gezin heeft een eigen kostgrondje waar zij hun eigen groenten verbouwen.

Door deze isolatie en weinig middelen en faciliteiten waarover de binnenlanden beschikt, wordt het niet mogelijk voor de kinderen om onderwijs op hoog niveau te volgen. Hierdoor is het niet mogelijk voor de kinderen om effectief onderwijs te kunnen volgen.

Tevens wordt door een geïsoleerde omgeving de kinderen niet extra gestimuleerd om te werken aan haar/zijn carrière. Aangezien ze in haar/zijn directe omgeving zien dat iedereen zich bezig houdt met de primaire basisbehoeften, dus echt werken om te kunnen leven. Zij zien niet zoals in de stad, dat als je nu werkt aan je studiemogelijkheden dat het later zijn vruchten kan afwerpen. Daarnaast hebben ze extra stimulans van buitenaf om dit in te kunnen zien, ze leven totaal in hun eigen dorp en wereldje en daar hebben ze vrede mee.

Door deze isolatie hebben de kinderen geen idee wat er in de wereld afspeelt, ze horen weleens wat, maar kunnen zich hier niet in verdiepen of met hun vragen bij iemand terecht. Doordat hun ouders daar geen antwoord op weet.

Er is in de binnenlanden geen rolmodel voor de kinderen om ze extra te stimuleren om onderwijs te blijven volgen en als die er wel is, kiest hij/zij vaak de beste 2 scholieren met wie hij verder werkt om voor hen de toekomst positief te kunnen beïnvloeden. Dit kan negatief doorwerken op de andere kinderen en ze kunnen zich gepasseerd voelen door hun leraar en dat kan demotiverend doorwerken op de kinderen.

Als kinderen echter er voor kiezen om door te willen leren en de MULO willen gaan volgen, dienen deze op 12jarige leeftijd in hun ééntje naar de grote stad toe te gaan, echter wordt het heel erg zwaar voor die persoon om de opleiding tot een succes te kunnen afronden. Mede door de beperkte hoeveelheid kennis wat hij in huis heeft, maar ook doordat hij uit zijn sociale omgeving getrokken is en een nieuw bestaan moet opbouwen. Dit zijn allemaal effecten wat negatief kan doorwerken op het presenteren van het kind op de middelbare school.

Tevens worden de kinderen niet door de omgeving gestimuleerd om door te studeren, ouders hebben liever dat ze gewoon net als hoe hun het gedaan hebben te gaan werken en zo hun leven door komen.

Tevens door het ontbreken van internet, televisie- en telefoonverbinding is het niet mogelijk voor de kinderen van de scholen om virtueel contact te onderhouden met kinderen uit andere werelddelen. Tevens kunnen ze hierdoor niet hun kennis- en woordenschat vergroten en worden ze hierdoor gedwongen contacten te onderhouden met de dorpsbewoners en scholieren op de school.

Door de hoge taal- en kennisbarrière die er heerst bij de binnenlandse dorpsbewoners, aangezien zij communiceren met hun eigen taal is het moeilijk voor hen om werk te vinden in de grote stad, doordat zij daar gedwongen zijn Nederlands te kunnen spreken.

Voor de kinderen is het lastig om de Nederlandse taal te leren, aangezien hun ouders deze taal niet of nauwelijks kunnen spreken, zijn ze gedwongen om dit op school te leren.

Doorstuderen voor deze kinderen wordt beperkt door de hoge taal- en kennisbarrières die er heerst als ze naar de stad toe verhuizen.

Hoofdstuk 4 De Gewenste Situatie

Het project Anansi wil een waardevolle bijdrage leveren aan het onderwijsniveau in de binnenlanden van Suriname. Er dient wel opgemerkt te worden dat Project Anansi zich niet met het onderwijs willen bezighouden, maar zich meer willen oriënteren op de buitenschoolse activiteiten.

In dit hoofdstuk wordt beschreven wat zij aan de situatie willen veranderen en hoe zij voor ogen hebben om dit te kunnen gaan realiseren.

De volgende onderwerpen staan centraal om de gewenste situatie te kunnen specificeren en kent de volgende indeling in dit hoofdstuk;

- § 4.1 Plan project Anansi;
- § 4.2 Doelstelling voor project Anansi;
- § 4.3 Nieuwe situatie binnenlanden van Suriname;
- § 4.4 Programma eisen & wensen.

Deze onderwerpen kunnen de beschrijving van de gewenste situatie die het project voor ogen heeft voor de binnenlanden van Suriname ondersteunen en verduidelijken.

§ 4.1 Plan project Anansi

Het project Anansi wil met *Distant Learning and Experience Exchange Nederland – Suriname*, het kennisniveau in de binnenlanden van Suriname verbeteren en wellicht te verhogen.

Het plan beoogt met Nederlandse en Surinaamse kennis en expertise, educatieve projecten te ontwikkelen voor de jeugd uit het primair onderwijs in achtergestelde gebieden in Suriname.

Doel van het project is om met moderne informatietechnologie de jeugd van lagere scholen in Nederland en Suriname binnen een educatieve omgeving systematisch met elkaar in contact te brengen.

Het project Anansi wil de kinderen in de binnenlanden van Suriname de mogelijkheid geven om “virtueel” kennis te maken met de kinderen in de westerse wereld, namelijk de kinderen die op de Nederlandse basisschool zitten die gevestigd is in Den Haag. De achterliggende gedachte hierbij is dat er op spelenderwijs kennis wordt uitgewisseld van beide culturen en werelden. Zij leren waarderen wat een ieder heeft en hebben de kans om samen op te groeien in the Global Village.

Het gaat hier om een pilot project waarbij een lagere school in Den Haag en een lagere school in de binnenlanden van Suriname betrokken zijn. De leeftijdsklasse van de basisscholen is 8 – 10 jaar. Het project Anansi is een pilot, een sociaal – educatief experiment dat een proeftijd kent van 6 maanden. Daarbij staan spel en communicatie van 8 – 10 jarigen kinderen in de eerste en derde wereld centraal.

Het project Anansi wil binnen de leefsfeer van Surinaamse en Nederlandse kinderen met internet, in de letterlijke zin van het woord, ontwikkelingsondersteuning bieden. Het is de bedoeling dat het project in september met eventuele uitloop naar oktober zal starten.

Het project Anansi zal via de technologische mogelijkheden die er nu de dag toegankelijk is om een virtuele “zandbak” te creëren, waar de kinderen via het internet elkaar kunnen treffen om bijvoorbeeld; verhalen met uit elkaar uit te kunnen wisselen of samen spelletjes te kunnen spelen op het net.

§ 4.2 Doelstelling voor project Anansi

Doelstellingen moeten stimulerend en haalbaar zijn. Ze moeten zo gedetailleerd mogelijk worden beschreven, dat hierdoor in de toekomst geen misvattingen over kunnen bestaan, maar tevens meetbaar zijn. Daarnaast moet worden gezorgd dat doelstellingen logisch op elkaar aansluiten. Voor de formulering van de doelstelling, dient er gebruik gemaakt te worden van de *SMART* definitie.³ Het is erg belangrijk dat de onderstaande doelstelling SMART is, zodat deze te meten en te evalueren is. Deze kan als volgt omschreven worden;

S = specifiek	Specific
M = meetbaar	Measureable
A = haalbaar	Achievable
R = realistisch	Realistic
T = tijdgebonden	Time bound

De formulering van de doelstelling van project Anansi is; *“Spelenderwijs op alle mogelijke manieren de levens te verrijken van de kinderen in de leeftijdscategorie 8 – 10 jaar die op de Vlierboomschool en de Kayanaschool zitten.”*

Voor de doelstelling wordt de SMART definitie toegepast, om zo vast te stellen dat de doelstelling meetbaar en evalueerbaar is.⁴ Elke onderdeel van de SMART definitie zal worden toegepast op de doelstelling van project Anansi.

Specifiek

De doelstelling is helder geformuleerd en gespecificeerd op de gebruikers van dit pilot project. Er wordt in de doelstelling duidelijk aangegeven wie die kinderen zijn en in welke leeftijdscategorie ze zitten. Hierdoor wordt in één oogopslag duidelijk wat het project doet en voor wie zij zich op dit moment inzetten.

Het begrip verrijking op alle mogelijke manieren is heel breed geformuleerd. Aangezien het project met diverse soorten kinderen te maken heeft met elk zo zijn eigen karakter, is het lastig om hier een bepaalde toetsingswaarde aan toe te voegen. Daarnaast is het voor de initiatiefnemers al geslaagd als een Nederlands kind na het project weet waar Kayana ligt en hoe de omgeving van deze eruit ziet. Op deze manier heeft er een verrijking plaatsgevonden, het kind heeft iets geleerd. Zo kan van elk kind een andere soort verrijking hebben plaatsgevonden. Gezien het feit dat elk kind een ander soort opvoeding, karakter en denkwijze heeft, is het begrip verrijking op alle mogelijke manieren toegepast in de doelstelling formulering.

Er zijn drie vormen van verrijking mogelijk bij de kinderen die meedoen met dit project;

- *Cognitieve verrijking* => kennis & opvattingen;
- *Affectieve verrijking* => emoties & gevoelens;
- *Conatieve verrijking* => gedrag.⁵

De oude formulering van de doelstelling betrof; *“Spelenderwijs de levens van de basisschoolkinderen van Suriname & Nederland in de leeftijdscategorie 8 – 10 jaar op alle mogelijke manieren te verrijken.”*

Echter kan hier meteen vraagtekens worden gezet, aangezien het is niet meteen duidelijk wordt om wie het gaat. Als men zo de doelstelling leest kan men de illusie wekken, dat alle basisschoolkinderen in de leeftijdscategorie van 8 – 10 jaar die woonachtig zijn in Nederland & Suriname als doelgroep functioneert.

Om verwarring te voorkomen is de doelstelling duidelijker geformuleerd, door de doelgroep van het pilot project Anansi te benoemen. Hierdoor hoeft men niet eerst informatie in te winnen om te begrijpen waarvoor het pilot project zich inzet.

³ Basisboek Communicatie, Drs. W.J. Michels, tweede geheel herziene druk, Wolters – Noordhoff Groningen

⁴ Site van de communicatiecoach <http://www.communicatiecoach.com>

⁵ Grondslagen van de Marketing, Prof. Dr. B. Verhage, 5^{de} druk 2001, Stenfert Kroese

Meetbaar

Doordat de doelstelling helder geformuleerd is door het feit dat de doelgroep omschreven staat, kan deze meetbaar worden gemaakt. Door het feit dat het pilot project een proefperiode van zes maanden beslaat.

Door het uitvoeren van verschillende testen vooraf en na het project op elk kind van de Vlierboomschool en de Kayanaschool kan er worden bepaald en/of er een Cognitieve, Affectieve en Conatieve verrijking heeft plaatsgevonden.

Zoals al bij het punt Specifiek is omschrijven, dient het begrip verrijking op alle mogelijke manieren breed te worden gezien.

Haalbaar

De doelstelling van het project is zo opgesteld dat ondanks dat het gespecificeerd is er toch nog een breed aspect aan toe is gevoegd. Door het begrip verrijking op alle mogelijke manieren, maakt het slagingspercentage dat er verrijking heeft plaatsgevonden bij de basisschoolkinderen groter. Doordat er niet alleen gekeken wordt naar de kennis aspecten wat het project kan vergroten bij een kind, maar ook door te kijken naar de emotionele en gedragsverrijking. Daarnaast is het ook logisch dat er verrijking door communicatie met andere kinderen niet alleen hoeft uitten in kennisvergroting.

Aangezien er interactie plaatsvindt tussen deze kinderen, spelen gevoelens en het gedrag van deze kinderen een hele grote rol. Door het project kunnen kinderen bijvoorbeeld hun sociale contacten verbeteren, ze na het project zich snel open stellen en durven met mensen een gesprek aan te gaan. Terwijl vooraf aan het project deze kinderen verlegen en erg gesloten zijn.

Door deze drie verrijkingen te laten meespelen, kan hierdoor de haalbaarheid van de doelstelling worden vergroot.

Realistisch

Het is een realistische en haalbare opgestelde doelstelling, doordat het verrijkingaspect van de kinderen op drie manieren getoetst kan worden. Daarnaast is de indeling van het verrijken, realistisch en logisch opgezet. Doordat de kinderen met elkaar in contact komen kan dit bij elk kind op een manier zijn vruchten afwerpen. Zie voorgaande stukken welke manieren dat kunnen zijn

Tijdgebonden

De doelstelling is tijdsgebonden, door het feit dat het project een proeftijd kent van zes maanden, echter kan ondanks de tijdslimiet, de doelstelling wel worden gehaald. Het hoeft namelijk niet zo te zijn dat alle kinderen op elke manier moet zijn verrijkt. Voor het project is het al voldoende als er bij deze kinderen in een tijdsbestek van zes maanden een verrijking heeft plaatsgevonden op wat voor mogelijke manier dan ook.

Met deze toelichting en onderbouwing op de SMART definitie die is toegepast op de doelstelling, kan geconcludeerd worden dat de opgestelde doelstelling voldoet aan de eisen dat hij meetbaar en evalueerbaar is.

§ 4.3 Gewenste situatie binnenlanden van Suriname

In dit rapport is reeds de huidige situatie van de binnenlanden in Suriname gespecificeerd. Om het verhaal van de huidige en gewenste situatie zo duidelijk mogelijk te kunnen schetsen, wordt er gebruik gemaakt van deze paragraaf indeling die is toegepast bij de huidige situatie. In dit hoofdstuk zullen de volgende zaken worden behandeld;

- § 4.3.1 Verlagen aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen;
- § 4.3.2 Onderwijsmethode;
- § 4.3.3 Global Village.

Deze onderwerpen kunnen de beschrijving van de gewenste situatie die het project Anansi voor ogen heeft voor de binnenlanden van Suriname verduidelijken.

§ 4.3.1 Verlagen aantal drop – outs bij de basisschoolkinderen

De initiatiefnemers wil het aantal drop – outs bij de kinderen op de binnenlandse scholen verlagen, door middel van het project. Het project zorgt er voor dat er nieuwe onderwijsfaciliteiten beschikbaar worden gesteld voor de basisscholen in de binnenlanden. Hierdoor wordt onderwijs uitdagender gemaakt en kunnen de geleverde computers voor de leerkrachten ook dienen als hulpmiddel om onderwijssoftware of belangrijke gebeurtenissen die in de wereld gebeuren, centraal te stellen in de klas. Hierdoor worden de kinderen door nieuwe dingen toe te passen in het klaslokaal weer geprikkeld om les te volgen en te blijven volgen. Er zit verrassingselementen in het onderwijs en de kinderen leren nieuwe dingen.

Dit kan een motivatiereden zijn dat kinderen de afstand willen overbruggen, aangezien de kinderen enthousiast worden gemaakt en ze de kans krijgen om nieuwe dingen te leren.

Door het project kunnen kinderen de Nederlandse taal leren door te communiceren met de Nederlandse kinderen. Het is een geheel nieuwe ervaring dat de kinderen in de binnenlanden kan communiceren met de Nederlandse kinderen.

Doordat ouders van deze kinderen zien dat binnen het schoolgebouw alles gedaan wordt om de kinderen nieuwe dingen te leren op andere soort methodes, kunnen ze hier het nut van inzien en gunnen ze hun kind om die kennis tot zich te nemen.

Kinderen kunnen de ervaringen die zij opdoen met het project en de verhalen met de Nederlandse kinderen, delen met hun ouders. Dit is voor hen ook een nieuwe ervaring en kunnen zodoende ook leren van hun kinderen.

Door de ICT – mogelijkheden die de scholen in de binnenlanden tot haar beschikking heeft, kan het interessant maken voor de leerkrachten om naar de binnenlanden te komen. Werkdruk wordt mede door de toegankelijkheid van de computers voor de leerkracht afgezaakt, ze hoeven alleen toezicht te houden.

Door het persoonlijke contact met de Nederlandse kinderen, kan er een band ontstaan tussen deze twee groepen kinderen. Ondanks de overvolle klaslokalen en het tekort aan leerkrachten, kan het project ervoor zorgen dat het kind toch naar school blijft gaan. Dit doordat het kindje met het Nederlandse kindje wil spreken om meer te weten te komen over elkaars leven en elkaar te kunnen verrijken op alle mogelijke manieren.

De persoonlijke begeleiding wordt niet meer door de leerkracht op zich genomen, maar is verplaatst naar de Nederlandse kinderen. Aangezien zij contact met elkaar onderhouden, hebben ze snel de drang om elkaar weer op te zoeken en hun belevenissen en verhalen te kunnen vertellen. Dit is een motivatiereden voor het binnenlandse schoolkindje om naar school toe te gaan, hij voelt zich betrokken, serieus genomen en op zijn gemaakt bij het Nederlandse kindje.

§ 4.3.2 Onderwijsmethode

Door het project en de geleverde computers kan de onderwijsmethode wat gebruikt wordt in de binnenlanden van Suriname worden gemoderniseerd. Dit is mogelijk doordat internet het mogelijk maakt dat de wereld naar de kinderen wordt gebracht. Zo kunnen de leraren actuele zaken uit het nieuws behandelen die in Suriname leeft of in de wereld leeft. Tevens zorgt de communicatie met de Nederlandse kinderen, dat er kennisoverdracht tot stand wordt gebracht. Ze krijgen een beeld van elkaars wereld te zien, wat gevisualiseerd wordt door foto's en ander beeldmateriaal.

Daarnaast wordt door het project de binnenlandse kinderen gedwongen om Nederlands te praten met de kinderen uit Nederland. Hierdoor wordt hun woordenschat van de officiële voertaal van Suriname bijgeschaafd en leren zij dit op vernieuwde en uitdagende methode. Mede door het spelende karakter wat het project heeft, hebben de kinderen in eerste instantie niet direct door dat ze tegelijk aan het leren zijn.

De computers kan als er niet gewerkt wordt aan het project worden gebruikt voor educatieve zaken, hierdoor wordt schrijfmateriaal overbodig en kunnen de leerkrachten hun werk voortzetten en de kinderen dingen leren.

Door het project wordt het onderwijs in de binnenlanden van Suriname weer uitdagend, leuk en waardevol. Doordat het project uitgevoerd dient te worden op school, zijn de kinderen genoodzaakt om hier naar toe te komen als ze willen communiceren met de Nederlandse kinderen. Het is een extra stimulans om de kinderen naar school te lokken, zodat ze op deze manier in ieder geval de Nederlandse taal goed leren en hun kennis verhogen.

De leerkrachten kunnen via het internet nieuwsberichten over Suriname of andere wereldgebeurtenissen opvragen en deze behandelen in de klas. Hierdoor wordt de denkwijze en gedachtegang van het binnenlandse kind bijgeschaafd en krijgen ze meer te horen over de gebeurtenissen in de wereld. De kennistoever naar de kinderen wordt hierdoor vergroot en de kinderen kunnen deze zaken weer doorspelen naar hun ouders.

Als het project slaagt en het project draait succesvol, dan staat de initiatiefnemers het project af aan de universiteit van Suriname. Op deze manier probeert zij de betrokkenheid van de stad naar de binnenlanden toe te gaan verhogen en dat ze zich op deze manier meer zullen inzetten voor het onderwijs. Op deze manier probeert de initiatiefnemers de regering van Suriname wakker te schudden en zich te bekommeren over de onderwijssystemen in de binnenlanden. Daarnaast dient het project een zetje in de rug te zijn om de afgestudeerde PABO studenten naar de binnenlanden van Suriname te lokken.

§ 4.3.3 Global Village

Door het project gaat de wereld open voor de kinderen in de binnenlanden, aangezien de Nederlandse kinderen hun dingen vertellen. Hierdoor komen ze in aanraking met nieuwe zaken en zien ze dat er meer in de wereld is dan alleen een natuurlijke en kleurrijke omgeving. Hierdoor kan het voorkomen dat bepaalde kinderen zich zaken bij zich zelf afvragen en hierdoor een stimulans zien om door te gaan studeren en zichzelf een ander soort carrière wensen dan hun ouders en grootouders hebben.

Door het internet en het bieden van een virtuele zandbak om het mogelijk te maken dat kinderen uit de 1^{ste} en 3^{de} wereld elkaar treffen, wordt het onderwijsniveau op een hoger niveau geplaatst. Ze krijgen meer een beeld over wat er in de wereld afspeelt en hebben de mogelijkheid om vragen te stellen aan de Nederlandse kinderen over bepaalde zaken, waar hun ouders geen antwoord op kunnen geven.

De Nederlandse kinderen kunnen rolfunctie voor de binnenlandse kinderen hebben, doordat in de Nederlandse samenleving en opvoeding gehamerd wordt op een goede opleiding voor een betere toekomst. Deze kennis kan door de Nederlandse kinderen door worden gegeven aan de Surinaamse kinderen. Dat als gevolg heeft dat die kinderen nagaan denken over hun eigen toekomst.

§4.4 Programma van eisen & wensen

Alvorens er ingegaan kan worden op de doelgroepsegmentatie en het proces beschreven kan gaan worden om de Nederlandse basisschool te gaan werven, dient in mate van belang de wensen en eisen rond deze zaken te worden belicht. Zodat deze doorgevoerd kan worden in het ontwerpen, werven & implementeren van de basisscholen.

Een belangrijke verwachting nadat de implementatie is uitgevoerd en het pilot project op volle kracht draait, is dat de basisschoolkinderen van Den Haag en Kayana een toegevoegde waarde aan elkaar kunnen bieden, dit kan bijvoorbeeld zijn:

- Elkaar vreugde en blijdschap tonen;
- Kennis delen;
- Respect tonen;
- De horizon en perspectieven verruimen/ verleggen;
- De komst van communicatie via het internet moet zorgen voor ontwikkeling van de jeugd;
- Samen werken aan een spreekbeurt voor bijvoorbeeld Aardrijkskunde, Biologie of Geschiedenis;
- Samen huiswerk maken, stripverhalen schrijven met elkaar via het net.

De initiatiefnemers van het project hebben eisen en wensen gesteld aan de gebruikers waar aan ze moeten voldoen, zodat het pilot project met een succes kan worden ingevoerd. Het ideeconcept en de aangeboden dienst van het project Anansi laten ankeren bij een Nederlandse basisschool. De eisen die zijn verbonden aan deze basisschool zijn als volgt gesommeerd;

- Het is van groot belang dat bij de onderwijzers van de basisschool veel plezier, enthousiasme en commitment aanwezig is bij te kunnen dragen aan het project;
- Middelen binnen de school dienen aanwezig te zijn, klas van 8 – 10 jarige kinderen dienen toegang te krijgen tot de computers die voorzien zijn met een netwerk;
- Een onderwijzer binnen de school die verantwoording draagt en het aanspreekpunt voor het project is en deze onder zijn hoede wil gaan nemen;
- De kinderen van 8 – 10 jaar kunnen mee doen met een buitenschoolse activiteit, om ongeveer 1 uur per dag te kunnen investeren in het project voor de komende zes maanden van september t/m februari;
- De school moeten er 100% achter staan om mee te dingen met project, zodat er qua inzet en bijdrage voldaan kan worden en dat mede het succes van het project positief ten goede kan komen.

Het project Anansi is een sociaal – educatief experiment dat een duur kent van 6 maanden. Daarbij staan spel en communicatie van 10 jarigen kinderen in de eerste en derde wereld centraal. Met de eisen en wensen die verbonden zijn aan de gebruikers van de Nederlandse basisschool kan in de volgende hoofdstukken bekeken worden, welke scholen in aanmerking komen en hoe het proces van werven eruit dient te zien.

Hoofdstuk 5 Realisatie Gewenste Situatie

In dit gedeelte van het rapport wordt de weg beschreven die dient te worden ondernomen om de realisatie van de gewenste situatie te kunnen behalen. Om het programma zo zorgvuldig mogelijk te omschrijven wordt er gebruikgemaakt van drie subthema's. Deze subthema's zorgen er voor dat er een plan komt die de doelstelling van het project uitvoerbaar kan maken.

De subthema's die nodig zijn om de realisatie van de gewenste situatie te behalen zijn, kent de volgende indeling in het rapport;

§ 5.1 Ontwerpen;

§ 5.2 Werven;

§ 5.3 Implementeren.

De bovengenoemde subthema's vormen de basis van het realisatieprogramma, echter wordt elk subthema verder uitgediept en toegelicht.

§ 5.1 Ontwerpen

In dit gedeelte staat het ontwerpen van promotiemateriaal en het voorlichtingstraject over het project Anansi centraal. In deze fase wordt er voorbereidingen en middelen tot stand gebracht om in het wervingstraject de basisschool voor het project te kunnen winnen en te zorgen dat het project op de juiste manier wordt belicht. In mijn rol als voorlichter bepaal ik mede het gezicht dat het project naar buiten toe toont en biedt eventueel service aan de basisschool. Hierin ga ik na waartoe de communicatie dient, analyseer de doelgroep en benader hen gericht met een goed op elkaar afgestemd pakket middelen.

Voorlichting is een vorm van menselijke communicatie, waarbij bewust en systematisch wordt getracht informatie over te dragen, teneinde de ander in staat te stellen zich betreffende een concrete situatie zelfstandig en bewust een oordeel te vormen. Kort gezegd betekent dat informatie – overdracht om een ander in staat te stellen zich een oordeel te vormen.⁶

In mijn rol als vertegenwoordiger voor het project is er een groot aantal middelen benut van informatie – overdracht. Het is belangrijk dat deze middelen doelgericht gekozen worden en niet out of the blue uit de lucht wordt gegrepen.

Voor het verschaffen van informatie aan de Nederlandse basisschool wordt er gebruik gemaakt van de volgende middelen;

- Het organiseren van een tweegesprek;
- Powerpoint presentatie.
- Het uitreiken van folders;
- Informatiebladen;

Het organiseren van een tweegesprek

Een ideaal middel om informatie uit te wisselen is het tweegesprek. Ideaal, omdat de informatieoverdracht aangepast kan worden aan de vraagsteller, men kan op elkaar reageren. Hier kan in gegaan worden op de individuele situatie van degene waarmee een gesprek wordt aangegaan. Er dient tevens worden nagedacht over hoe de manier waarop de mensen te woord worden gestaan, daarnaast moet er gelet worden op de non verbale houding. Tijdens dit tweegesprek wordt er een presentatie gegeven om het project levendiger te kunnen verkopen.

⁶ Van plan tot uitvoering, Inleiding in Voorlichting & Public Relations, Dhr. M.F. Vos, 2^{de} gewijzigde druk, Lemma B.V.

Presentatie ondersteund door Powerpoint

Een presentatie tijdens een informatiebijeenkomst kan worden verlevendigd door te werken met audiovisuele hulpmiddelen. Een projectie zegt meer dan 1000 woorden en kan bij het publiek bepaalde emoties of gevoelens losmaken. Door het feit dat ik een project wil verkopen aan de basisschool, heb ik gebruikgemaakt van een powerpoint projectie als ondersteuning voor mijn presentatie.

Hier heb ik handig op ingespeeld door foto's van Kayana en de kinderen van Kayanaschool te laten, zodat ideeconcept tastbaar wordt gemaakt en duidelijker overkomt bij de adjunct directrice en de leerkracht van groep 6.

Voor de uitvoering van de presentatie dient gelet te worden op een heldere taal, informatiedichtheid, tempo, intonatie, rustige ademhaling, langzaam en duidelijk praten en articuleren.

De presentatie is bijgevoegd in de bijlage en zoals u kunt zien bestaat deze uit 12 dia's. Het is van belang dat de presentatie een inleiding, een verrassend begin, middengedeelte en een slot heeft. Uiteraard worden er geen hele verhalen op de dia's weergegeven, maar kernwoorden die als ondersteuning bieden voor de presentatie.

Het uitreiken van folders

Naast de presentatie die gegeven wordt bij de Nederlandse basisschool krijgen zij ook nog folders uitgereikt waar een korte omschrijving van het dorp Kayana en de Kayanaschool. Deze folder bevat foto's en een leuk enthousiast verhaal over Kayana. Zodat de aanwezigen mensen van de basisschool, deze ook kunnen uitreiken aan hun collega's, die niet bij de presentatie aanwezig kunnen zijn. Hiermee wordt een stukje professionaliteit uitgestraald naar de basisschool. Tevens heeft de folder als functie om het hele verhaal wat in de presentatie naar voren is gekomen nog rustig na te kunnen lezen.

Uitreiken van Hands – out van de presentatie

Tevens krijgen de aanwezigen naast de folder ook nog de hand – out van de presentatie als bepaalde net iets te snel is gegaan voor ze om te kunnen notuleren. Dit straalt wederom professionaliteit en betrokkenheid uit. Door de vele informatie kunnen ze het project niet snel vergeten en kunnen ze op elk moment van de dag de informatie op hun gemak doorlezen en contact opnemen als ze achteraf nog vragen hebben.

Uitreiken van informatiebladen

Dit is eigenlijk een soort van een samenvatting wat er allemaal verteld is in de vergadering, hierdoor kunnen de aanwezigen het hele verhaal nog op hun gemak nalezen. Hier staat een beschrijving van het project Anansi weergegeven en foto's en beschrijving van het dorp Kayana.

Uitreiken van foto met Kayaanse basisschoolkinderen

Er is een foto van de basisschool kinderen uit Kayana uitvergroot op een A4 formaat en deze is in kleur uitgeprint en deze wordt eveneens uitgereikt aan de aanwezigen, zodat de nadruk gelegd wordt op de doelgroep waarvoor het project is opgezet.

Dit zijn de belangrijkste hulpmiddelen die gebruikt wordt om het gesprek met de betrokkenen van de Vlierboomschool te kunnen ondersteunen. Daarnaast wordt door het uitreiken van deze zaken de mogelijkheid gegeven aan de betrokkenen om het verhaal nogmaals in hun vrije tijd nogmaals door te nemen en staan we altijd open voor vragen als die er achteraf nog zijn.

§ 5.2 Werven

In dit gedeelte wordt het wervingsproces van de Nederlandse & Surinaamse basisschool toegelicht. Zo heeft de wervingsfase diverse onderwerpen die bij dit proces om de hoek komen kijken. De indeling van deze paragraaf is als volgt te omschrijven;

§ 5.2.1 Beknopte Stappenplan wervingstraject;

§ 5.2.2 Kosten & Baten Surinaamse & Nederlandse basisschool;

§ 5.2.3 Beschrijving doelgroep Nederlandse basisschool;

§ 5.2.4 Beschrijving doelgroep Surinaamse basisschool.

Deze onderwerpen elk worden toegelicht en onderbouwd, zodat duidelijk wordt hoe het wervingstraject is aangepakt en welke resultaten deze heeft opgeleverd.

§ 5.2.1 Beknopte Stappenplan wervingstraject

Na het opstellen van de huidige promotiemiddelen om het project te kunnen gaan verkopen, dienen de partijen te worden geworven waar deze middelen voor gemaakt zijn. Er wordt in dit gedeelte in stappen aangegeven welke zijn ondernomen om tot een Surinaamse & Nederlandse basisschool te komen. De stappen voor het werven van een Surinaamse en Nederlandse school, zullen hier apart worden toegelicht, aangezien ze elk een ander soort aanpak kennen.

§ 5.2.1.1 Wervingstraject Surinaamse basisschool

§ 5.2.1.2 Wervingstraject Nederlandse basisschool

Er is een onderscheid gemaakt tussen het wervingstraject van deze scholen, doordat ze elk een ander soort benadering en aanpak kennen.

§ 5.2.1.1 Wervingstraject Surinaamse basisschool

Voor de Surinaamse basisschool is het van belang dat het dorp in de binnenlanden van Suriname ligt, het District Saramacca was wat de initiatiefnemers voor het eerst gezicht voor ogen had. Aangezien er in de maand maart nog geen Surinaamse basisschool bekend was en er reeds diverse gesprekken had plaatsgevonden met de initiatiefnemers om de aanpak van werving te bespreken, was de mening duidelijk dat deze er nu wel moest komen.

Een van de initiatiefnemers kwam via een vaktijdschrift op de Stichting Kayana en heeft deze naam tijdens van de bijeenkomsten laten vallen. Hierdoor is er meer informatie verzameld over deze stichting, door via het medium internet informatie op te vragen. Hierdoor is meer inzicht verkregen over wat soort voor werk Stichting Kayana verricht en wat voor dorp Kayana is. Zo werd duidelijk dat de Stichting heeft gezorgd dat het dorp beschikt over stroom en dat ze onderwijs krijgen van een Nederlandse leerkracht.

Hierdoor is het balletje gaan rollen om te kijken of Kayana geen geschikte pilot dorp zou zijn voor het project. Aangezien ze al de beschikking hebben over stroom, is het makkelijk te realiseren om dit uit te breiden dan in een heel andere dorp alles aan te gaan leggen.

Het zou voor het pilot project een geweldige kans zijn om voor dit project zijn dienst te kunnen verlenen. Om inzicht in te kunnen krijgen over de stichting en het dorp, is de initiatiefnemer en haar man uitgenodigd op de Haagse Hogeschool om informatie te kunnen verschaffen hiervoor. Daarnaast heeft project Anansi de kans gepakt om meer te kunnen vertellen over het ideeconcept en de proef om via technologische mogelijkheden een “virtuele zandbak” te creëren om op deze manier het mogelijk te maken dat kinderen uit de 1^{ste} wereld en uit de 3^{de} wereld elkaar kunnen treffen. Het project neemt het plan en uitvoering geheel voor zijn rekening en zorgt dat alles er staat in het dorp om het project uit te kunnen voeren.

Het was voor mevrouw Malta van Stichting Kayana meteen een leuk en goed verhaal en ze zat al te denken aan de manier hoe dit het beste uitgevoerd kan worden. Aangezien een Nederlandse leerkracht voor de zomervakantie voor een jaar wordt uitgezonden naar Kayana en deze beschikt over ruime ICT kennis en hierdoor ondersteuning kunnen bieden.

Echter is duidelijk gemaakt dat het doel van dat gesprek meer is om te kijken of er een samenwerking mogelijk is, waarbij $1 + 1 = 3$ kan gaan worden.

Nadat gesprek zal beiden partijen over een eventuele samenwerking nadenken en binnen een week terugreflecteren aan elkaar. Doordat zij moesten peilen hoe de andere initiatiefnemers en het onderwijshoofd in Kayana tegenover dit idee staan en wij moesten kijken of een samenwerking met deze stichting het project niet zou belemmeren en of het dorp wel aan de wensen voldoet.

Na overleg te hebben gehad en het verhaal van Kayana nogmaals op de initiatiefnemers en mij hebben inlaten werken, was ik een voorstander om met dit dorp verder te gaan. Mede door het feit dat het dorp de Nederlandse mentaliteit kent, het dorp beschikt al over 3 desktop computers en hebben de beschikking over 3 zonnepanelen. Daarnaast heeft het project weinig tot niets verder te maken met de Stichting, doordat deze zich bezig houdt met het onderwijs in het dorp en het project zich oriënteert op buitenschoolse activiteiten. Hierdoor zijn de initiatiefnemers ook verder gaan kijken en dat de realisatie van het project door deze aspecten weer een stap dichterbij is, er hoeft niet uitgebreid te worden nagedacht om te kijken hoe stroom wordt gerealiseerd in het pilot dorp.

Na positieve reacties te mogen hebben ontvangen van de initiatiefnemer van de Stichting, zijn beide partijen via emailcontact overeengekomen dat er een samenwerking mogelijk is waarbij het spreekwoordelijke $1 + 1 = 3$ gaat worden voor het dorp Kayana.

Zo is de werving van de Surinaamse basisschool tot zijn recht gekomen, het is ietwat op een ongebruikelijke wijze, maar hierdoor niet minder effectief. Aangezien het gespreksdoel gerealiseerd is en het dorp in de binnenlanden van Suriname bekend is.

§ 5.2.1.2 Wervingstraject Nederlandse basisschool

Het wervingstraject van de Nederlandse basisschool zou op een geheel andere manier verlopen en zo in deze situatie een wat logischerwijze aanpak kennen. Doordat de initiatiefnemers een beperkt aantal wensen en eisen hebben geformuleerd⁷, was ik in een vrije positie om een gewenste basisschool te kunnen kiezen.

Voordat ik begonnen ben met het uitvoeren van dit traject, wilde ik in kaart hebben gebracht welke stappen dien er ondernomen te worden om een basisschool succesvol te kunnen werven. De stappen die hierbij genoodzaakt waren om het overzicht en de kwaliteit te kunnen bewaken, zijn als volgt te formuleren;

- *Segmentatie basisscholen;*
- *Overzicht basisscholen;*
- *Structuur wervingsgesprek;*
- *Telefonisch contact opnemen met deze basisscholen;*
- *Externe oriëntatie;*
- *Afspraak basisschool;*
- *Resultaat basisschool.*

Elk van deze stappen wordt een voor een toegelicht en wat voor effect deze had op het verdere verloop van het wervingstraject.

Segmentatie basisscholen

Er is ondanks de wensen en eisen die vanuit de initiatiefnemers zijn gekomen, geen beperkingen om tot een keuze van een basisschool te komen. De segmentatiecriteria kunnen als volgt worden geformuleerd;

- De Basisschool dient in het stadsdeel Segbroek wat ligt in Den Haag te zijn gehuisvest;
- Het is van groot belang dat bij de onderwijzers van de basisschool veel plezier, enthousiasme en commitment aanwezig is bij te kunnen dragen aan het project;
- Middelen binnen de school dienen aanwezig te zijn, klas van 8 – 10 jarige kinderen dienen toegang te krijgen tot de computers die voorzien zijn met een netwerk;
- Een onderwijzer binnen de school die verantwoording draagt en het aanspreekpunt voor het project is en deze onder zijn hoede wil gaan nemen;
- De kinderen van 8 – 10 jaar kunnen mee doen met een buitenschoolse activiteit, om ongeveer 1 uur per dag te kunnen investeren in het project voor de komende zes maanden van september t/m februari;
- De school moeten er 100% achter staan om mee te dingen met project, zodat er qua inzet en bijdrage voldaan kan worden en dat mede het succes van het project positief ten goede kan komen.

Aangezien het project zich voor de keuze van de basisschool in het stadsdeel Segbroek beperkt, wordt het aanbod wat Den Haag rijk is aan basisscholen geminimaliseerd. Er diende één segmentatiecriterium te worden toegevoegd en de voor deze ligt hem in het feit dat deze makkelijk te bereiken is door de initiatiefnemers en uitvoerders van het project.

Tevens is het een opmerkelijk stadsdeel waar diverse faciliteiten en omgevingsaspecten aanwezig zijn, zoals bossen, loopafstand van het strand, kindvriendelijke buurt, sportvelden en het stadsdeel heeft zijn Haagse charmes nog bewaard. Hierdoor wordt het overbrengen van informatie naar de kinderen toe, divers en krijgen ze veel te zien van de leefomgeving van die kinderen. Daarnaast liggen al deze basisscholen in een woonwijk en hierdoor is de saamhorigheid en betrokkenheid erg groot, doordat deze kinderen allemaal woonachtig zijn in die wijk.

⁷ Zie hoofdstuk 4.4 Programma van eisen & wensen van dit rapport

Overzicht basisscholen

Door de segmentatiecriteria aan te passen op de basisscholen die Den Haag rijk is, wordt het aanbod van deze beperkt en is het mogelijk om een overzicht tot stand te brengen. Uit het overzicht blijkt de volgende gegevens van de desbetreffende school;

- Naam school;
- Soort Basisschool;
- Adresgegevens;
- Telefoonnummer;
- Namen van de directie;
- Website;
- Aantal leerlingen;
- Bijzonderheden.

Door deze gegevens in te vullen voor de basisscholen die het stadsdeel Segbroek rijk is, wordt in 1 oogopslag duidelijk met wat voor soort basisschool je te maken hebt en wie de functie van directeur en adjunct – directeur op zich heeft genomen binnen die basisschool.

Structuur Wervingsgesprek

Het telefonische contact kan pas worden uitgevoerd met de basisscholen die in het overzicht beschreven staan, als het structuur van dat gesprek bekend is. Een telefonisch gesprek heeft altijd een doel en probeert wat los te maken bij de tegenpartij, dit is ook het geval bij de acquisitie van de basisscholen. Er wordt getracht te proberen enthousiasme los te maken over het project bij de directie en deze te prikkelen om mee te doen met het pilot project. Het uiteindelijke doel is dat je een afspraak scoort waarbij een tweegesprek mogelijk is, om informatie te verschaffen over het project en een samenwerking met de basisschool centraal te stellen. Hierbij is het van belang dat de tegenpartij aan de telefoon zijn aandacht vasthoudt bij het gesprek en dat het verhaal duidelijk overkomt bij de directeur. Tevens dient men op alle vragen voorbereidt, want niets staat onprofessioneel en klunzig als je niet weet waar je over praat en gaan antwoord kan geven op de vragen die gesteld worden. Om dit te voorkomen is een structuur opgesteld hoe het gesprek in grote lijnen dient vorm te geven.

Telefonisch contact opnemen met deze basisscholen

Nadat er een overzicht van alle basisscholen in het stadsdeel Segbroek en de bijzonderheden van deze school weergegeven is, kan er een beeld gevormd worden wie je gesprekspartner is. Door het feit dat je de namen weet van de directie is het makkelijker om langs de receptionist te komen en hoeft je niet eerst voor te stellen en de reden op te geven waarom je de desbetreffende persoon wilt spreken. Hierdoor wordt het slagingspercentage van de telefonische acquisitie en de kans op een afspraak wordt hierdoor vergroot. Tijdens dit gesprek wordt de naam van het project meerdere keren gevallen, zodat dit de naamsbekendheid vergroot en vertel je in een paar zinnen doel van het project en wat de rol van de basisschool hierin kan zijn. Dan probeer je een reactie los te maken bij de tegenpartij door te vragen of zij hier interesse in hebben.

Hierbij kan de structuur van het wervingsgesprek uitkomst bieden, doordat daar de grote lijnen van het gesprek beschreven staat.

Externe oriëntatie

Door alle positieve reacties die er verkregen zijn van de directeuren, dient er een keuze te worden gemaakt welke scholen als eerste meetings voor een afspraak. De keuze hiertoe kan afgeleid worden van het enthousiasme in de reactie en de persoonlijke ervaring die ik deel met die basisscholen. Ik neem mijn persoonlijke band mee in mijn besluitvorming, doordat ik zelf heel mijn leven woonachtig ben in Den Haag en zelf ook woonachtig ben in dit gedeelte van Den Haag, daarnaast heeft mijn vader contacten met de directeuren van bepaalde basisscholen. Hierdoor wordt het voor mij makkelijker gemaakt om binnen te kunnen treden en een gesprek met de desbetreffende persoon aan te gaan.

Allereerst wordt er besloten door met twee basisscholen een tweegesprek aan te gaan, zodat eerst gekeken kan worden hoe zij hier tegenover staan. Hierdoor worden de teleurstellingen beperkt tot één basisschool en tevens wordt tijd en energie op deze wijze effectief benut. Als er met alle basisscholen een afspraak wordt gemaakt voor een tweegesprek, gaat er veel tijd verloren en moeten er meerdere scholen teleurgesteld worden dat zij het niet zijn geworden voor het project.

Voordat het daadwerkelijke tweegesprek plaatsvindt, is er een externe oriëntatie zie bijlage gemaakt van de twee scholen. Hierdoor wordt voorbereidend werk verricht en kan een beeld vormen wie en wat voor soort basisschool het is, zodat het niet allemaal nieuw in de oren klinkt als de directeur wat verteld over zijn school.

Afspraak basisschool

Door een samenloop van omstandigheden bij de Zonnebloemschool waren ze niet in staat mij op korte termijn te ontvangen. Dit is te wijten aan de schoolreisjes, sportdagen en andere buitenschoolse en binnenschoolse activiteiten, zodat we de datum van onze afspraak gesteld hebben op 2 weken later. Echter had de Vlierboomschool nog dezelfde week tijd vrij en konden de initiatiefnemer en ik op bezoek komen. Het tweegesprek zou geleid worden door mij in de rol als vertegenwoordiger van het project en had de beschreven middelen bij de voorgaande paragraaf meegenomen, om mijn verhaal te kunnen bekrachtigen.

Het was een leuk gesprek en de indruk die de school op mij en op de initiatiefnemer had achtergelaten was uitermate positief, het is een klein en maar een knusse school waar de betrokkenheid met haar leerlingen erg hoog is.

Daarnaast was de adjunct – directrice en de leerkracht van groep 6 zo enthousiast dat ze al voor liepen op de zaken en aanbevelingen deed hoe het project het beste tot uitvoering kan komen. Hierdoor is meteen gebleken dat het enthousiasme en inzet van deze partij zo hoog is en dat is wat het project ook eist.

Resultaat basisschool

Het resultaat na aanleiding van dat gesprek bij de Vlierboomschool heeft dan ook geresulteerd dat deze school zich als pilot school mag zien voor het project. Ik kon het niet over mijn hart verkrijgen om deze mensen teleur te stellen en daarnaast het project kan alleen slagen als er enthousiasme en betrokkenheid aanwezig naar het project toe. Dat hebben deze mensen laten zien dat die er zeker aanwezig zijn, hierdoor wordt nog een vervolgspraak gemaakt om de verdere invulling van deze vorm te geven.

§ 5.2.2 Kosten & Baten Surinaamse en Nederlandse basisschool

Voor het project moet er een Surinaamse en Nederlandse basisschool geworven worden. Echter is het van belang dat deze op de hoogte zijn over wat het hen oplevert (toegevoegde waarde) en wat het hen gaat kosten.

In dit hoofdstuk worden deze zaken en aspecten besproken voor elke basisschool afzonderlijk. Aangezien voor elk school ander soort kosten & baten omschreven kunnen worden. Dit hoofdstuk kent de volgende indeling;

- § 5.2.2.1 Baten voor de Kayanaschool;
- § 5.2.2.2 Kosten voor de Kayanaschool;
- § 5.2.2.3 Baten voor de Vlierboomschool;
- § 5.2.2.4 Kosten voor de Vlierboomschool.

Om de belangen en baten en de bijkomende aspecten voor de Kayanaschool en de Vlierboomschool goed en overzichtelijk neer te kunnen zetten, is gebruik gemaakt van een tweedeling tussen deze. Doordat door de ligging en situatie van deze scholen andere kosten & baten nagestreefd kunnen worden.

§ 5.2.2.1 Baten voor de Surinaamse basisschool

De centrale vraag wat hier centraal is wat zijn de baten voor de Kayanaschool als ze mee doen met het project, wat voor toegevoegde waarde brengt deze voor de school met zich mee.

De Baten die het project met zich meedraagt voor de school zal elk puntsgewijs worden geformuleerd en waar nodig voorzien worden met een toelichting.

- Internet & middelen ter beschikking stellen aan de basisschool om communicatie mogelijk te maken met een Nederlandse basisschool, zodat op deze manier kansen kan worden vergroot voor de kinderen uit Kayana;
- Via het doel van het project zorgen dat de kinderen uit Kayana op spelenderwijs binnen een educatieve omgeving met kinderen uit Nederland in contact komen en hierbij hun leven wordt verrijkt op alle mogelijke manieren;
- Door het project krijgen kinderen uit Kayana meer kans op slagen voor een vervolgopleiding door hun grote kennisschat;
- Door het project vindt er een vernieuwing plaats op het gebied van onderwijs voor de leerkrachten van Kayana, ze kunnen weer een stap verder gaan in het overbrengen van kennis;
- Door het project wordt voor de kinderen school nog uitdagender en krijgen ze mogelijkheid kennis op te doen op het gebied van ICT;
- Kayana wordt aantrekkelijker gemaakt voor stadsonderwijzers om daar les te geven, door middel van telefoon- en internetverbinding;
- Door een internet- en telefoonverbinding aan te leggen in het dorp Kayana, wordt het isolatie aspect verminderd, er kan gemakkelijker contact worden gezocht met de *“buitenwereld”*;
- Door een internetverbinding en de desktops kunnen de bewoners van Kayana nieuwsgebeurtenissen opdoen die in Suriname en in de wereld gebeuren, door online diverse kranten te benaderen;
- De wereld wordt naar de kinderen toegebracht, ze zien Nederland en Nederlandse kinderen via de webcam in hun klaslokaal;
- Er vindt cultuurverrijking plaats voor de kinderen, culturen, normen en waarden van de andere cultuur wordt naar u toegebracht;

Dit zijn de belangrijkste beweegredenen voor een binnenlandse school in Suriname om mee te dingen in het project, er worden op diverse gebieden voor de bewoners van het dorp toegevoegde waarde geboden. Echter zijn er naast toegevoegde waarde die het project biedt ook inspanningen en andere zaken vereist van de doelgroep, deze zullen tersprake komen in de deelparagraaf baten.

§ 5.2.2.2 Kosten voor de Surinaamse basisschool

Zoals al eerder is aangehaald in dit hoofdstuk zijn er pluspunten van het project ook bepaalde inspanningen en andere zaken vereist van de gebruikers, dat is ook hier het geval, deze zijn beter te omschrijven als de kosten die gemoeid zijn bij het project. Deze zullen evenals in de voorgaande deelparagraaf baten, elk puntsgewijs worden geformuleerd en waar nodig voorzien worden met een toelichting.

- Van de leerkracht en onderwijshoofd wordt heel veel enthousiasme en inspanning vereist;
- De leerkracht en onderwijshoofd, dienen door hun enthousiasme en inspanningen de kinderen van de school ook enthousiast te maken en te prikkelen om mee te doen met de communicatie uitwisseling met Nederlandse basisschoolkinderen;
- De leerkracht en onderwijshoofd dienen aan de kinderen uit te leggen hoe er met de apparaten en middelen om dienen te gaan, zodat dit de levensduur van deze kan bevorderlijke;
- De kinderen dienen zelf de Nederlandse kinderen op te zoeken op het portal en samen een gesprek te voeren of andere werkzaamheden uit te voeren;
- De werkdruk van de leerkracht, onderwijshoofd en de kinderen wordt door het project vergroot;
- Er wordt een grote participatie gevraagd van de kinderen zelf, ze moeten zelf alles ondervinden met elkaar;
- De leerkracht en onderwijshoofd dienen de controle kwaliteit te bewaken in het computerlokaal en dat er zorgvuldig met de middelen wordt omgegaan;
- De leerkracht dient alles zelf te installeren en de producten op te vangen, hij heeft hierbij een handleiding bij gekregen en daar mee moet het lukken;
- De leerkracht en onderwijshoofd dienen vooraf aan het project, thema's te bedenken waar de kinderen het in de 1^{ste} maand kunnen hebben, om op die manier aan elkaar te wennen en vertrouwen bij elkaar te kunnen winnen;
- 2wekelijks of maandelijks terugkoppelen en evalueren hoe zij en de kinderen het project ervaren;
- Zorgen dat de kinderen geprikkeld blijven om de portal en de Nederlandse kinderen op te zoeken en ervaringen en andere zaken met elkaar te delen;
- Contact onderhouden met de vertegenwoordigers van het project;
- Zelf alarm slaan en de helpdesk raadplegen als er problemen zijn met de ICT – faciliteiten;
- Zorgen dat de middelen voor het doeleinde wordt gebruikt, waarvoor ze gebracht zijn. Er voor zorgen dat er geen misbruik van wordt gebruikt of in verkeerde handen terecht komt.

Dit zijn de belangrijkste baten voor de Kayanaschool waarmee het te maken krijgt, er wordt veel gevraagd voor de leerkracht en onderwijshoofd. Dit is eenmaal zo doordat zij de verantwoording dragen wat er gebeurt binnen de schoolmuren, hierdoor wordt de werkdruk van deze mensen verhoogd, maar zal na verloop van tijd weer afnemen, als de kinderen alles onder de knie krijgt en het zelfstandig kunnen uitvoeren.

§ 5.2.2.3 Baten voor de Nederlandse basisschool

De centrale vraag wat hier centraal is wat zijn de baten voor de Nederlandse basisschool als ze mee doen met het project, wat voor toegevoegde waarde brengt deze voor de school met zich mee. De baten die het project met zich meedraagt voor de Nederlandse basisschool zal elk puntsgewijs worden geformuleerd en waar nodig voorzien worden met een toelichting. Deze baten kunnen worden gebruikt om bij het eerste gesprek met de basisschool te worden aangemerkt, wat de toegevoegde waarde voor hen bevat om mee te dingen met project.

- Het project zorgt voor een nieuwe dimensie van educatief spelen en zorgt indirect wellicht direct voor een invulling op het gebied van onderwijs;
- Het project zorgt er tevens voor dat kinderen leren uit de eerste en derde wereld elkaar leren kennen en dus ook hun cultuur, normen en waarden en leefsituatie. De wereld wordt als het ware naar de kinderen toegebracht;
- Mede door het project kunnen de Nederlandse kinderen leren al vroeg om te gaan met diversiteit en met maatschappelijke betrokkenheid. Daarnaast kan dit direct weer worden gerelateerd aan de multiculturele samenleving die in Nederland heerst;
- Doordat ieder mens vooroordelen en stereotypen, subjectieve beeldvorming over andere bevolkingsgroepen en deze uit naar andere mensen, kan het voorkomen dat kinderen op vroege leeftijd met deze subjectieve beeldvorming en meningvorming te maken krijgt. Hierbij is het belangrijk dat de kinderen eerst zelf dingen gaan ondervinden en meemaken en hun eigen beeld creëren, die in dit geval gebaseerd kunnen worden op objectieve zaken en factoren. Ze krijgen de naakte waarheid te zien die door kinderen gecreëerd worden en opgepikt worden door kinderen;
- Het project staat in het teken en streeft naar Kennis- & Cultuurverrijking voor kinderen uit Nederland;
- Kinderen krijgen de kans om in een andere wereld mee te kijken en hoe die kinderen daar alles beleven;
- Onderwijs wordt weer uitdagend gemaakt, mede door dit project, het is weer een extra prikkel om kinderen indirect te wijzen op het belang van onderwijs;
- Door het project wordt voor de kinderen school nog uitdagender en krijgen ze mogelijkheid kennis op te doen op het gebied van ICT.

Dit zijn de belangrijkste beweegredenen voor de Vlierboomschool om mee te dingen in het project, er wordt op deze manier een toegevoegde waarde gecreëerd voor kinderen van 8 – 10 jaar. Deze ervaringen en waarde kunnen ze meenemen in hun verdere leven en kan de kennis wat ze hebben opgedaan kunnen alleen maar een positieve uitwerking hebben op deze kinderen. Echter zijn er naast toegevoegde waarde die het project biedt ook inspanningen en andere zaken vereist van de doelgroep, deze zullen tersprake komen in de deelparagraaf kosten.

§ 5.2.2.4 Kosten voor de Nederlandse basisschool

Zoals al eerder is aangehaald in dit hoofdstuk zijn er pluspunten van het project ook bepaalde inspanningen en andere zaken vereist van de gebruikers, dat is ook hier het geval, deze zijn beter te omschrijven als kosten die gemoeid zijn bij het project. Deze zullen evenals in de voorgaande deelparagraaf baten, elk puntsgewijs worden geformuleerd en waar nodig voorzien worden met een toelichting.

- Van de leerkracht en adjunct directrice wordt heel veel enthousiasme en inspanning vereist;
- De leerkracht en adjunct directrice, dienen door hun enthousiasme en inspanningen de kinderen van de school ook enthousiast te maken en te prikkelen om mee te doen met de communicatie uitwisseling met Surinaamse basisschoolkinderen;
- De kinderen dienen zelf de Surinaamse kinderen op te zoeken op het portal en samen een gesprek te voeren of andere werkzaamheden uit te voeren;
- De werkdruk van de leerkracht, adjunct – directrice en de kinderen wordt door het project vergroot;
- Er wordt een grote participatie gevraagd van de kinderen zelf, ze moeten zelf alles ondervinden met elkaar;
- De leerkracht en adjunct – directrice dienen vooraf aan het project, thema's te bedenken waar de kinderen het in de 1^{ste} maand kunnen hebben, om op die manier aan elkaar te wennen en vertrouwen bij elkaar te kunnen winnen;
- Twekelijks of maandelijks terugkoppelen en evalueren hoe zij en de kinderen het project ervaren;
- Zorgen dat de kinderen geprikkeld blijven om het portal en de Surinaamse kinderen op te zoeken en ervaringen en andere zaken met elkaar te delen;
- Contact onderhouden met de vertegenwoordigers van het project;
- De leerkracht en de adjunct – directrice dient met de kinderen tijd vrij te maken, om mee te kunnen doen aan de proefopstelling, zodat op deze manier het idee concept kan worden uitgetoetst en ingevuld kan worden door de kinderen.

Dit zijn de belangrijkste kosten voor de Vlierboomschool waarmee het te maken krijgt, er wordt veel gevraagd voor de leerkracht en adjunct – directrice. Dit is eenmaal zo doordat zij de verantwoording dragen wat er gebeurt binnen de schoolmuren, hierdoor wordt de werkdruk van deze mensen verhoogd, maar zal na verloop van tijd weer afnemen, als de kinderen alles onder de knie krijgt en het zelfstandig kunnen uitvoeren. Echter worden de leerkracht en adjunct – directrice ondersteund door studenten van de Haagse Hogeschool die de verantwoordelijk zijn voor uitvoering van het project.

§ 5.2.4 Beschrijving Kayanaschool

Kayana is een dorp wat gelegen is in de binnenlanden van Suriname. Kayana is veel verder gelegen dan het stuwmeer, het is plus minus een half uur varen vanaf het vliegveld. Het dorp, direct gelegen aan het plaatselijke vliegveld en de rivier Gran Rio, beschikt over een lagere school evenals een medische post waar basis medische zorg wordt geboden.

Het stenen schoolgebouw bestaat uit vier leslokalen. Er worden combinatieklassen gevormd door een gebrek aan leerkrachten. Er zitten 80 leerlingen op de lagere school en er zijn 2 onderwijzers, een kanttekening is dat de oudste klas met leerlingen les volgt in het volgende dorp. Doorstroming naar voortgezet onderwijs in Paramaribo is onzeker door gebrek aan kennisniveau, transport en accommodatie.

Het dorp leeft hoofdzakelijk van het oerwoud. Families voorzien in hun eigen onderhoud door de verbouw van groentes op hun eigen kostgrondje. Sommigen werken in de grote stad of in Frans-Guyana. Benodigde materialen worden via de longboat uit Paramaribo of per vliegtuig aangevoerd. Verder ligt op een half uur varen het toeristenoord Awarradam op een zeer klein riviereiland. Onderhoud, schoonmaak, keuken en bediening van de accommodaties voor toeristen worden verzorgd door inwoners uit Kayana.

Kayana krijgt al Nederlandse hulp aangeboden, die onderwijzers uit Nederland sturen naar Kayana, deze gaan daar les geven aan de schoolkinderen voor een periode van een jaar. Dit is ondernomen, doordat er twee mogelijkheden waren voor de binnenlandse schoolkinderen in Suriname. De eerste mogelijkheid is urbanisatie, plattelandskinderen opvangen in de stad, kansen wel overwegen, maar niet dwingen. De tweede mogelijkheid is om mogelijkheden te ontwerpen in een dorp, bijvoorbeeld het bouwen van een middelbare school en deze toe te spitsen voor bijvoorbeeld drie dorpen in de binnenlandse gebieden van Suriname. De laatste mogelijkheid is ondernomen, echter door het feit dat er geen onderwijzers uit Suriname les willen geven in de binnenlanden en hier voor een jaar willen gaan bivakkeren, is er gezorgd dat er Nederlandse leerkrachten deze taak op zich nemen.

Het dorp heeft beschikking over stroom door middel van zonnepanelen en ze hebben ervaring met Nederlandse mensen, daarnaast zorgen de onderwijzers ervoor dat de inheemse bevolking de Nederlandse taal onder de knie kunnen krijgen. Doordat er weinig middelen en bronnen zijn om de taal onder de aandacht te kunnen brengen bij de bevolking, zijn de onderwijzers onmisbaar.



Foto: Basisschool in Kayana

Toch wordt er voor deze kinderen om door te kunnen studeren en kansen om op een beter leven aan te grijpen niet mogelijk gemaakt, door het feit dat ze een gebrekkig kennisniveau bezitten. Hierdoor worden ze belemmerd om in de steden van Suriname een bestaan op te bouwen.

Met het bovenstaande gegeven en de mogelijkheden voor het dorp Kayana wat het project en stichting Kayana in gedachten heeft kan de leefsituatie worden verbeterd. De reden voor deze keuze, heeft te maken met het feit dat ze al bekend zijn met de Nederlandse mentaliteit en dat de Nederlandse leerkracht over de nodig kennis bezit op het gebied van ICT. Deze Nederlandse leerkracht kan ondersteuning bieden bij de uitvoering van het project en hij zit dicht bij de Kayaanse schoolkinderen. De gebruikers zullen de kinderen zijn die vanaf klas 3 tot en met klas 5 les krijgen in het dorp zelf, aangezien de laatste klas les krijgt in een naastgelegen dorp.

De initiatiefnemers hebben voor ogen dat de gebruikers van het project Anansi in de leeftijdsklasse van 8 a 10 jaar zijn, doordat deze kinderen op de leeftijd zijn zaken en dingen te ontdekken en bereid zijn hierover te praten en te discussiëren. De kinderen van deze leeftijdsklasse worden door het project uitgelokt om mee te spelen en deel te nemen aan het wederzijds communiceren en hun creatieve inbreng te uiten naar elkaar. De kinderen van dit dorp en hun schoolhoofd zijn te zien in bijlage waar ze voor hun schoolgebouw staan.



Foto: Kayaanse Schoolkinderen



§ 5.2.3 Beschrijving de Vlierboomschool

De Vlierboom is een openbare basisschool. De openbare school staat open voor iedereen en is 'een school voor allen. Een school met eerbied voor iedere levensovertuiging. Begrip voor andere opvattingen, andere gedachten staat centraal.

De Vlierboom ligt in de Vruchtenbuurt wat in het stadsdeel Segbroek ligt. Er wonen ongeveer 59.000 inwoners in deze Haagse wijk. Het aantal inwoners is de afgelopen decennia gedaald en dit zal na verwachting doorgaan. De wijk kan in vijf kleinere wijken worden onderverdeeld: Regentessekwartier, Valkenboskwartier, Vruchtenbuurt, Bomen- en Bloemenbuurt en de Vogelwijk.

De vruchtenbuurt is een rustige en groene wijk om in te wonen. De Vlierboom school ligt aan de Vlierboomstraat, dit is een drukke straat met veel verkeer wat uit de woonwijk komt. De school ligt naast een andere school De Vliermeent, dit is een Protestants – Christelijke school. Beide scholen ligt in een woonwijk, dichtbij haar doelgroep, tevens ligt deze school op 5 minuten loopafstand van het Segbroek College. De economische bedrijvigheid in Segbroek bestaat grotendeels uit detailhandel. Er zijn geen bedrijventerreinen en/of grootschalige industrieën in Segbroek.

De samenstelling van groep 6 in het nieuwe jaar kent een groepsgrootte van 30 leerlingen, echter heeft de school per klas de beschikking over twee computers die ADSL – internetverbinding heeft en heeft voor de rest geen digitale camera of andere technische spullen.

Het gebouw van de school is klein en knus, daardoor zijn er geen grote groepsformaten, wat positief is voor het project.

De mensen zijn vriendelijk en behulpzaam en staan open voor suggesties en zien in dat het project kan werken en hebben hier ook alle vertrouwen in. De mensen zijn bereid advies te uitten naar de uitvoerders om gesprekken in de eerste maand tussen de kinderen te ontlocken door bepaalde onderwerpen centraal te stellen.



Foto: De Vlierboomschool

§ 5.3 Implementeren

In deze fase wordt de indeling van het programma weergegeven hoe dient omgegaan te worden met het contact met de basisscholen, relatienetwerk en welke publiciteitsacties er ondernomen dienen te worden om het project in positief daglicht te kunnen stellen en de naamsbekendheid te kunnen vergroten.

Om dit zo zorgvuldig en concreet mogelijk te kunnen weergeven wordt het hoofdstuk weer onderverdeeld in meerdere onderwerpen, deze kent de volgende indeling.

§ 5.3.1 Communicatieproces met Surinaamse & Nederlandse basisschool;

§ 5.3.2 Naamsbekendheid Project Anansi;

§ 5.3.3 Promotiebeleid.

Deze onderwerpen elk worden toegelicht en onderbouwd, zodat duidelijk wordt hoe het implementatie traject dient te worden aangepakt en welke resultaten deze uiteindelijk opleveren.

§ 5.3.1 Communicatieproces met Surinaamse & Nederlandse basisschool

Als het project Anansi te maken krijgt met externe partijen die meedingen in het project, dient er een andere soort communicatieproces en –structuur tot stand te worden gebracht dan die zij toepassen met interne belanghebbenden. In dit hoofdstuk zal het communicatieproces met de Surinaamse en Nederlandse basisschool centraal staan, hoe wordt er vooraf, tijdens en na het proces gecommuniceerd met deze partijen. Het is van belang te weten hoe er met deze twee partijen om dient te gaan en dat zij weten wat zij kunnen verwachten van de mensen die werken vanuit het initiatief Anansi.

Om het communicatieproces en de bijkomende zaken met de basisscholen te kunnen omschrijven wordt er gebruik gemaakt van de indeling waar het project ingedeeld kan worden, deze stadia zijn te omschrijven als; Het traject vooraf de uitvoering van het project, het traject tijdens de uitvoering van het project en het traject na uitvoering van het project. Aangezien in elk stadium een andere soort aanpak in communicatie vereist is, dient deze voor doelgroepen elk zorgvuldig mogelijk te worden omschreven. Zodat op deze manier miscommunicatie en misverstanden uit de weg wordt geholpen, wat het project positief kan beïnvloeden.

§ 5.3.1.1 Communicatieproces met de Surinaamse basisschool

Om het communicatieproces en de bijkomende middelen goed en overzichtelijk neer te kunnen zetten, wordt hier een onderscheid gemaakt tussen de twee basisscholen. Dit is van belang doordat de afstand en mogelijkheden tot communiceren erg divers zijn, hierdoor dient de vertegenwoordigers van het project Anansi bewust te zijn van welke mogelijkheden voor welk moment dient te worden toegepast.

Zoals eerder in dit hoofdstuk is aangegeven zal er een onderscheid gemaakt te worden naar de drie stadia van het proces, zodat op deze manier gestructureerd het communicatieproces in beeld gebracht kan worden voor de Surinaamse basisschool.

Communicatie vooraf de uitvoering van het project met de Surinaamse basisschool

Eerst was het idee van de initiatiefnemers ontstaan om een dorp in district Saramacca te werven en warm te krijgen van het project. Echter is dit ideeconcept op verrassende wijze aangepast, doordat een van de initiatiefnemers via een medium op Stichting Kayana is gekomen. Dit is een stichting die actief is in het dorp Kayana wat gelegen is in de binnenlanden van Suriname. Nadat er meer informatie is gevonden op het internet over deze stichting, heeft er een oriënterend gesprek plaatsgevonden met de initiatiefnemer en haar man van deze stichting en de initiatiefnemers en 2 afstudeerders van het project Anansi. Doel van dit gesprek was om de mogelijkheden te bekijken of er een samenwerking tot stand kan komen tussen de stichting en project Anansi, wat het resultaat zou boeken van $1 + 1 = 3$. Er moet uit die samenwerking een meerwaarde ontstaan voor het project Kayana. Na het gesprek is gebleken dat er een zekere meerwaarde ontstaat voor het dorp Kayana als project Anansi voor het dorp Kayana zou gaan kiezen.

Om eerst de mening van het onderwijshoofd te peilen in Kayana hoe hij tegenover het idee staat wat project Anansi biedt. De communicatie met het onderwijshoofd verloopt via Stichting Kayana, aangezien de initiatiefnemer en haar man in de maand maart/mei naar Kayana toe gaan. Hierdoor kunnen ze persoonlijk overbrengen waar het project voor staat en wat voor doel het heeft, tevens hebben zij promotiemateriaal meegekregen waar informatie over project Anansi beschreven staat.

Na zijn goedkeuring en zijn spontaniteit, kunnen verdere acties worden ondernomen om de uitvoering tot stand te kunnen brengen. Zo dient er gecommuniceerd te worden met het onderwijshoofd om de spullen op te vangen die het project toestuurt naar Kayana, tevens dient er concrete afspraken te worden gemaakt hoe er met de spullen dient om te gaan. Hier kan een protocol voor opgesteld worden, door studenten van informatica aan de Haagse Hogeschool, zodat de waarde en levensduur van de producten behouden kan blijven. Er dient tevens via mail de handleiding over de installatie van de computers toe worden gestuurd, zodat deze op een juiste en verantwoorde manier verloopt. Door de situatie in Kayana is het niet mogelijk om telefonisch contact te zoeken met het onderwijshoofd, aangezien er geen telefoon- of internetverbinding is in dat dorp. De communicatie dient te verlopen via de e-mail en via de Nederlandse leerkracht die over 2 maanden wordt uitgezonden voor een jaar naar Kayana.

Zo dient bij de proefopstelling over de vormgeving van het project de leerkracht die uitgezonden wordt aanwezig te zijn, zodat hij samen met de leerkracht en de kinderen van de Nederlandse basisschool eventuele op- en aanmerkingen kunnen plaatsen ter verbetering voor de daadwerkelijke uitvoering van het project.

Met het onderwijshoofd en met stichting Kayana kunnen de wensen van hun kant worden gepeild wat er voor thema's centraal dient te staan voor de eerste maand om de interactie tussen de kinderen te stimuleren en te kunnen promoten. Het is voor de kinderen van 10 jaar een lastige opgave om meteen in het diepe te worden gegooid en hun persoonlijke hebben en houden bloot te stellen aan vreemden. Hierdoor kan het project Anansi in samenspraak met beide partijen thema's opstellen, zodat er vertrouwen gewonnen kan worden bij de kinderen en ze meer en meer blootgeven aan de andere kinderen.

Tevens dient de rol van het onderwijshoofd en de leerkracht duidelijk te worden geformuleerd, zodat ze zo weinig mogelijk invloed hebben op het handelen van de kinderen. Hier kan een tevens een handleiding geschreven worden, of in een gebruiksvriendelijke brochure naar voren kunnen komen.

Het is erg belangrijk dat de kinderen weten wat er van ze wordt verwacht en hoe ze hier mee om dienen te gaan, dit vraagt om begeleiding vanuit het project en vanuit de basisschool. Dit zal alleen in de beginperiode zijn, dan worden de kinderen langzaam losgelaten en in het diepe gegooid om helemaal op eigen houtje het contact met de Nederlandse kinderen te behouden via het vrijgestelde portal die door project Anansi is opgezet.

Communicatie tijdens de uitvoering van het project met de Surinaamse basisschool

De communicatie met de Surinaamse basisschool tijdens de uitvoering van het project, kan via het internet plaatsvinden. Hierbij kunnen de leerkracht en onderwijshoofd met de initiatiefnemers en de vertegenwoordigers van het project communiceren, aangezien het dan makkelijke proces is voor de mensen uit Kayana om via het internet te communiceren met mensen over heel de wereld.

Zo kan het project voor de Surinaamse afnemers een online helpdesk opstarten waar ze terecht kunnen met ICT problemen, deze kan onder het beheer vallen van informatica of de ICT service desk die Haagse Hogeschool tot haar beschikking heeft. Aangezien veel ICT problemen opgelost worden, door het feit dat ze vanuit Nederland bestuurd en beheert worden, maar er kunnen altijd complicaties voorkomen en het is dan beter om deze door experts te laten behandelen dan dat die mensen zelf wat uit gaan proberen. Om deze dingen voor te kunnen zijn, dient dus een helpdienst tot stand te worden gebracht, zodat op deze manier de ICT middelen die de uitvoering mogelijk maakt behouden blijven en zijn levensduur niet negatief kan beïnvloeden.

Daarnaast dienen er emailadressen aangemaakt te worden, die dient voor het project Anansi en voor de mensen die de gebruikers vertegenwoordigen in Suriname, dus in dit geval is dat de leerkracht en het onderwijshoofd. Deze mensen dienen makkelijk met elkaar in contact te kunnen komen, zodat eventuele aanpassingen in de uitvoering snel gecommuniceerd kan worden en actie ondernomen kan worden.

Tevens dienen er evaluatieformulieren opgesteld worden, zodat de maandelijkse of tweewekse evaluatie en de daarbij komende verbeterpunten tijdens de uitvoering nog naar voren komen en eventueel bijgestuurd kunnen worden, zodat dit de kwaliteit van het project kan waarborgen. De formulieren dienen alle aspecten rond de uitvoering ter sprake te stellen, zodat op deze manier alles op alles wordt gezet om de kwaliteit te bewaken en te waarborgen, wat allemaal ten goede komt van het project.

Tevens dienen de Surinaamse kinderen ook in sprake te hebben in het uitvoeringsproces en moeten hun suggesties en ideeën ook tot uiting kunnen komen en onder de aandacht worden gebracht bij de vertegenwoordigers van het project Anansi. Dit kan gerealiseerd worden een suggestiebox en/of een vragenbaak op het portal te zetten, waar de kinderen hun vragen en ideeën kwijt kunnen. Deze dienen door studenten gefilterd te worden en de bruikbare vragen en ideeën verder te verwerken in het project en mee te nemen in het verdere verloop van de uitvoering.

Communicatie na de uitvoering van het project Surinaamse basisschool

Na de uitvoering van het project Anansi, wordt in dit perspectief bedoeld na de experimentsduur van zes maanden. Als het project zo aanslaat en het de volle zes maanden kan volbrengen in zijn experimentfase, is het aan de vertegenwoordigers van het project, het onderwijshoofd, de leerkracht en de kinderen van Kayana om te kijken wat zij voor gevoel zij hebben bij het project en wat de afgelopen zes maanden voor hen hebben betekend en hoe zij het hebben beleefd.

In de bovenstaande situatie gaan we er vanuit dat het project 6 maanden heeft gedraaid en dat er voldoende kinderen aan het project hebben meegedaan. Om te kunnen ondervinden hoe de kinderen tegenover het project staan en wat het voor hen heeft betekend, speelt de leerkracht een grote rol in dit midden. Aangezien hier van de kinderen wordt gevraagd eerlijk en persoonlijk te beantwoorden, zijn ze eerder geneigd dit doen bij mensen die dichtbij in hun omgeving staan dan bij vreemde mensen. Met dit gegeven speelt de leerkracht en het onderwijshoofd een grote rol, hierdoor zullen zij groepsgesprekken aan moeten gaan in de klas om op die manier er achter te komen wat het project bij deze mensen heeft losgemaakt.

Tevens dient de leerkracht en het onderwijshoofd een eindconclusie en evaluatie/reflectie schrijven naar over het project en wat voor hen de toegevoegde waarde is en alle andere bijkomende aspecten dienen hierbij te worden betrokken. De vertegenwoordigers van het project kunnen een enquête naar de tevredenheid over het project halverwege en aan het einde van de projectuitvoering onderzoeken, om te kijken of er verschillen zijn op te merken in beide steekproefsgewijze onderzoeken. Hieruit kunnen opmerkelijke conclusies worden getrokken en kan er meer inzicht worden verschaft in de ervaring met de dienst en het gebruik van deze dienst.

Daarnaast heerst na afronding van het experimentstraject de vraag of het project zijn uitvoering kan vervolgen. Hierbij dient gekeken te worden, zijn de gebruikers zo enthousiast dat ze daarna gebruik blijven maken van de dienst. Wie krijgt de verantwoording over het project, wie bewaakt de kwaliteit en controle over het project, deze en andere vragen dienen in acht te worden genomen om het verdere verloop van het project te kunnen schetsen. Met deze situatieschets na verloop van de experimentperiode dient het onderwijshoofd en de leerkracht te reflecteren aan het project vertegenwoordiging hoe zij denken dat die taken ingevuld kunnen worden. Het is aan het project vertegenwoordigers om de mogelijkheden te bekijken en de besluitvorming voor haar rekening te nemen hoe de invulling van die taken wordt geregeld en door wie.

Dit zijn de maatregelen en communicatiemiddelen die moet worden aangewend als de periode waarin het experiment plaatsvindt succesvol wordt volbracht, echter kan het ook zo zijn dat halverwege de uitvoering het project kan worden stopgezet. Hierbij dienen andere maatregelen en een andere soort communicatieproces te worden aangewend.

Als er tijdens de uitvoering blijkt dat de participatie van de gebruikers laag tot nihil is, kan er besloten worden om het project eerder stop te zetten. Echter voordat deze dramatische maatregel getroffen wordt, dient de vertegenwoordigers van het project 100% zeker te zijn dat het project niet meer te halen is en dat alles op alles is gezet om te kunnen laten slagen.

Als er geconstateerd wordt dat de gebruikers afneemt op het portal, wat in gemakkelijk in de gaten dient te worden gehouden door de vertegenwoordigers van het project, dan dient zij de leerkracht en het onderwijshoofd om op opheldering te vragen om te kijken wat de oorzaak is. Zodat op deze manier in een vroeg stadium maatregelen kunnen worden getroffen zodat er op deze manier de Surinaamse leerlingen kunnen worden beïnvloed en overgehaald worden om weer mee te doen aan het project.

Als het een aflopende zaak is met het aantal Surinaamse participanten, dan dient er gecommuniceerd te worden via de telefoon of internet met de leerkracht, zodat hij voor de vertegenwoordigers van het project kan peilen wat hier de oorzaak van is en wat er verbeterd dient te worden om deze mensen weer te kunnen betrekken in het uitvoeringsproces.

Zo dient bij tegenvallende participatie aan het project aan de Surinaamse kant, via de mail of telefonisch contact worden onderhouden om de oorzaak van dat probleem in kaart te kunnen brengen. Dit dient aan de vertegenwoordigers gemeld te worden en deze zoeken naar passende oplossingen om dit te voorkomen, zodat de participatie bij deze groep gaat groeien.

§ 5.3.1.2 Communicatieproces met de Nederlandse basisschool

Om het communicatieproces en de bijkomende middelen goed en overzichtelijk neer te kunnen zetten, wordt hier een onderscheid gemaakt tussen de twee basisscholen. Dit is van belang doordat de afstand en mogelijkheden tot communiceren erg divers zijn, hierdoor dient de vertegenwoordigers van het project Anansi bewust te zijn van welke mogelijkheden voor welk moment dient te worden toegepast.

Zoals eerder in dit hoofdstuk is aangegeven zal er een onderscheid gemaakt te worden naar de drie stadia van het proces, zodat op deze manier gestructureerd het communicatieproces in beeld gebracht kan worden voor de Nederlandse basisschool.

Communicatie vooraf de uitvoering van het project met de Nederlandse basisschool

Na de externe oriëntatie die opgesteld is ter voorbereiding voor het eerste gesprek, vindt dan deze plaats. Het eerste gesprek vindt plaats met de adjunct directrice en de leerkracht van groep 6 en samen met een van de initiatiefnemers worden zij geprikkeld om mee te doen met het project Anansi. Het doel hierbij is ze warm krijgen voor het project, dat ze uiteindelijk zo enthousiast zijn geraakt om mee te doen met het project.

Na het eerste gesprek dient een samenvatting van het gesprek naar de betrokkenen toe gestuurd worden, zodat de afspraken die daar mondeling zijn gemaakt ook op papier staan en goedgekeurd zijn door beide partijen. Hierdoor worden misverstanden en lastige situaties vermeden en weet iedere betrokkene waar hij/zij aan toe is en wat er voor hem/haar wordt verwacht.

Daarna dient een vervolgspraak te worden gemaakt om op die manier concrete afspraken te kunnen worden gemaakt over de invulling en uitvoering van het project, wanneer de kinderen en de leerkracht welkom zijn voor de proefopstelling die op de Haagse Hogeschool staat opgesteld. Deze zal gezien de planning van beide partijen in de maand september het beste kan worden uitgevoerd.

Die vervolgspraak kan plaatsvinden in een gesprek met de initiatiefnemers, de betrokkenen van de basisschool en de student(-en) die de evaluatie en controle op de uitvoering voor zijn/haar rekening neemt. Hierbij kunnen de kaders/thema's besproken worden die naar aanleiding van het 1^{ste} gesprek op gesteld zijn door de basisschool. In het 2^{de} gesprek zal duidelijk worden hoe dit vormgegeven dient te worden in de 1^{ste} maand van het project.

Tevens kunnen de mogelijkheden besproken worden over de uitvoering en hoe alles aan de kinderen wordt uitgelegd. Zo kan de leerkracht het verhaal vertellen met ondersteuning van de student(-en) die werken aan het project, daarnaast kan de kinderen les krijgen op de Haagse Hogeschool over hoe de website gebruikt kan worden en hoe ze daar terecht kunnen komen.

Het is erg belangrijk dat de kinderen weten wat er van ze wordt verwacht en hoe ze hier mee om dienen te gaan, dit vraagt om begeleiding vanuit het project en vanuit de basisschool. Dit zal alleen in de beginperiode zijn, dan worden de kinderen langzaam losgelaten en in het diepe gegooid om helemaal op eigen houtje het contact met de Surinaamse kinderen te behouden via het vrijgestelde portal die door project Anansi is opgezet.

Communicatie tijdens de uitvoering van het project met de Nederlandse basisschool

De communicatie met de Nederlandse basisschool tijdens de uitvoering van het project, kan via op verschillende mogelijkheden worden uitgevoerd. Dit doordat hier geen rekening hoeft te houden met de afstand en de beperkingen die daarmee gemoeid zijn. De communicatie die de vertegenwoordigers van het project direct onderhoudt is met de leerkracht van groep 6 en de adjunct directrice van de basisschool. De communicatiemiddelen die hierbij gehanteerd kunnen worden zijn; het internet, brieven, telefoon en direct 1 op 1 gesprekken.

Er kunnen net als voor de Surinaamse afnemers ook voor de Nederlandse afnemers een telefonische helpdesk worden opgestart waar ze terecht kunnen met ICT problemen en problemen met het bereiken van het portal.

Er kunnen met de vertegenwoordigers van het project en de basisschool elke maand een afspraak gemaakt worden om hier de evaluatie en de opmerkelijkheden te bespreken. Tevens zou hierbij de mogelijkheid bestaan om verbeterpunten aan te kaart die de uitvoering van het project positief kunnen beïnvloeden. De evaluatieformulieren die opgesteld zijn voor de mensen in Suriname kunnen tevens gebruikt worden voor de Nederlandse kant, zodat dit het doeleinde van het project kan bevorderlijken. Aangezien er steeds gewezen is op een experiment is het van dermate groot belang dat de vertegenwoordigers weten wat er goed en minder goed gaan en wat er eventueel verbeter dient te worden. Het is altijd fijn, kijk maar eens naar je zelf als persoon dat men het altijd prettig vindt dat er tijdig wordt teruggerefleeteerd wat er fout gaat, zodat je dit kan bijstellen. Dit is ook het geval voor de vertegenwoordigers van het project, bij de slechte punten moeten zij de kans krijgen om deze om te kunnen buigen tot goede punten in de periode dat het project nog draait.

Uiteraard dienen de Nederlandse kinderen ook in sprake te hebben in het uitvoeringsproces en moeten zij de mogelijkheid krijgen om hun ideeën en suggesties te kunnen uiten richten de vertegenwoordigers van het project. Dit kunnen ze via het portal tot uiting laten brengen, tevens dient dit gedeelte ook te worden gestimuleerd dat ze hier ook op klikken en niet chromen om hun mening te geven.

De kwaliteit en controle wordt direct bewaakt door de studenten van de Haagse Hogeschool, deze moeten zorgen dat het project wordt uitgevoerd zoals hij bedoeld is. Tevens onderhouden zij contacten met de vertegenwoordigers van de basisschool om op die manier de klantenrelatie warm te houden en om de stand van zaken bij de uitvoering te kunnen bespreken.

Communicatie na de uitvoering van het project Nederlandse basisschool

Na de uitvoering van het project Anansi, wordt in dit perspectief bedoeld na de experimentduur van zes maanden. Als het project zo aanslaat en het de volle zes maanden kan volbrengen in zijn experimentfase, is het aan de vertegenwoordigers van het project, de adjunct directrice, de leerkracht en de kinderen van de Vlierboom om te kijken wat zij voor gevoel zij hebben bij het project en wat de afgelopen zes maanden voor hen hebben betekend en hoe zij het hebben beleefd.

In de bovenstaande situatie gaan we er vanuit dat het project 6 maanden heeft gedraaid en dat er voldoende kinderen aan het project hebben meegedaan. Om te kunnen ondervinden hoe de kinderen tegenover het project staan en wat het voor heeft betekend, speelt de leerkracht een grote rol in dit midden. Aangezien hier van de kinderen wordt gevraagd eerlijk en persoonlijk te beantwoorden, zijn ze eerder geneigd dit doen bij mensen die dichtbij in hun omgeving staan dan bij vreemde mensen. Met dit gegeven speelt de leerkracht en de adjunct directrice een grote rol, hierdoor zullen zij groepsgesprekken aan moeten gaan in de klas om op die manier er achter te komen wat het project bij deze kinderen heeft losgemaakt.

Tevens dient de leerkracht en de directrice een eindconclusie en evaluatie/reflectie schrijven over het project en wat voor hen de toegevoegde waarde is en alle andere bijkomende aspecten dienen hierbij te worden betrokken. De vertegenwoordigers van het project kunnen een enquête naar de tevredenheid over het project halverwege en aan het einde van de projectuitvoering onderzoeken, om te kijken of er verschillen zijn op te merken in beide steekproefsgewijze onderzoeken. Hieruit kunnen opmerkelijke conclusies worden getrokken en kan er meer inzicht worden verschaft in de ervaring met de dienst en het gebruik van deze dienst.

Daarnaast heerst na afronding van het experimentstraject de vraag of het project zijn uitvoering kan vervolgen. Hierbij dient gekeken te worden, zijn de gebruikers zo enthousiast dat ze daarna gebruik blijven maken van de dienst. Wie krijgt de verantwoording over het project, wie bewaakt de kwaliteit en controle over het project, deze en andere vragen dienen in acht te worden genomen om het verdere verloop van het project te kunnen schetsen. Met deze situatieschets na verloop van de experimentperiode dient de leerkracht en de adjunct directrice te reflecteren aan het project vertegenwoordiging hoe zij denken dat die taken ingevuld kunnen worden.

Het is aan het project vertegenwoordigers om de mogelijkheden te bekijken en de besluitvorming voor haar rekening te nemen hoe de invulling van die taken wordt geregeld en door wie.

Tevens kan er een eindgesprek aan te pas komen om de eindconclusie die de vertegenwoordigers op papier hebben gezet te bespreken en tevens kan de afgelopen zes maanden besproken worden hoe die ervaren is. Dit heeft een grotere impact dan dat dit via de mail gebeurt, men kan verkeerd begrepen worden door de tegenpartij en dat kan gevolgen met zich meebrengen. Hier kan de afstand zeer gemakkelijk overbrugd worden en zijn de mogelijkheden daar om een gesprek in te plannen.

Dit zijn de maatregelen en communicatiemiddelen die moet worden aangewend als de periode waarin het experiment plaatsvindt succesvol wordt volbracht, echter kan het ook zo zijn dat halverwege de uitvoering het project kan worden stopgezet. Hierbij dienen andere maatregelen en een andere soort communicatieproces te worden aangewend.

Als er tijdens de uitvoering blijkt dat de participatie van de gebruikers laag tot nihil is, kan er besloten worden om het project eerder stop te zetten. Echter voordat deze dramatische maatregel getroffen wordt, dient de vertegenwoordigers van het project 100% zeker te zijn dat het project niet meer te halen is en dat alles op alles is gezet om te kunnen laten slagen.

Als er geconstateerd wordt dat de gebruikers afneemt op het portal, wat in dit geval makkelijk gepeild kan worden door de vertegenwoordigers van het project, dan dient zij de leerkracht en de adjunct directrice te vragen of zij misschien de oorzaak kan omschrijven. Zodat op deze manier in een vroeg stadium maatregelen te kunnen worden getroffen dat er op deze manier de Nederlandse leerlingen kunnen worden beïnvloed en overgehaald worden om weer mee te doen aan het project.

Als het een aflopende zaak dreigt te worden met het aantal Nederlandse deelnemers, kan er een gesprek plaats gaan vinden met de leerkracht. Er wordt tijdens dat gesprek gezocht naar redenen waarom er zoveel drop outs zijn en er kan naar eventuele oplossingen gezocht worden om deze kinderen weer te prikkelen voor het project.

§ 5.3.2 Naamsbekendheid Project Anansi

Zoals al eerder in dit rapport is aangegeven dient het project de charitatieve sector met actief beleid de markt steeds professioneler en intensiever te bewerken.

In de bijlage is een marketing- en communicatieplan omschreven voor het project Anansi, hier staat tevens de marketingdoelstellingen omschreven voor de korte, middellange en de lange termijn. In het marketingactieplan staat de mogelijke realisatie om de korte marketingdoelstelling te kunnen behalen weergegeven met behulp van de marketingmix – instrumenten.

In dit hoofdstuk staat de naamsbekendheid van het project centraal, zodat deze een positieve uitstraling kan hebben op de opgestelde marketingstrategie.

Het is een algemeen gegeven dat merken/namen en logo's een duidelijk effect kunnen hebben. Een goed voorbeeld wat hier aangekaart kan worden is de gele grote M langs de snel- en rijkswegen, die jonge kinderen al spontaan kan laten kwijlen.

Merken zijn noodzakelijk om producten of diensten van elkaar te onderscheiden, ook hebben ze vaak een belangrijke expressieve en zelfs emotionele waarde. Binnen marketing en reclame speelt het merk een grote rol. Merken helpen de consument bij het kopen van het product van zijn keuze:

bijvoorbeeld omdat hij weet dat het merk waar zijn voorkeur naar uitgaat van een bepaalde kwaliteit is. Het creëren van een zogenaamd sterk merk is voor een ondernemer dan ook van essentieel belang. De Benelux-Merkenwet zegt dat als merk kunnen worden beschouwd alle grafisch af te beelden tekens die in staat zijn de waren of diensten van een onderneming te onderscheiden. Met andere woorden: een merk is een teken, bedoeld om de producten en diensten van elkaar te onderscheiden. Een merk kan een woord zijn, een logo, een symbool, een kleur, een vorm of een combinatie hiervan. Een merk moet onderscheidend zijn om verwarring bij het publiek te voorkomen, want bij het zien van het teken weet de consument of klant dat het product of de dienst afkomstig is van één onderneming. Een goede merknaam moet aan drie voorwaarden voldoen:

- Onderscheidend vermogen hebben;
- Praktisch herkenbaar zijn;
- Associatieve kracht hebben.

Het beschermen van een merknaam kan erg belangrijk zijn, de redenen om een bepaalde merknaam te beschermen zijn als volgt te omschrijven;

- Het recht op een merk ontstaat niet door het eerste gebruik. De gebruiker van een teken, dat daadwerkelijk een merk is, maar niet als zodanig is gedeponeerd, geniet geen bescherming. Kort gezegd komt dit neer op zonder depot, geen recht;
- Het gebruiksrecht van het merk wordt verkregen door het eerste depot verricht bij het Benelux – Merkenbureau, hierbij geldt *“wie het eerst komt, het eerst maalt”*
- Zonder depot kan men zelfs in het geheel niet optreden tegen derden die een identiek of soortgelijk teken gebruik voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten;
- Een merk is een waardevol bezit voor zowel een grote onderneming als een klein bedrijf, het creëren van een merk kost veelal tijd, energie en geld. De waarde van een merk neemt toe door reclame en marketingactiviteiten. Kortom, ieder die beseft dat merken geld waard zijn moet de volgende stap zetten om het merk te gaan beschermen.

Als men een merk wil beschermen, dan moet men daarvoor bij het Benelux Merkenbureau zijn (www.bmb-bbm.org/nl). Alleen merken die daar zijn gedeponeerd en geregistreerd, zijn beschermd.

Al gebruikt men een merk al twintig jaar: niet geregistreerd, is niet beschermd. Na de aanmelding, toetst het merkenbureau de merknaam op een aantal criteria, voldoet de merknaam aan de eisen, dan is de registratie min of meer rond.⁸ Echter zit er bij het registreren van een merk wel een prijskaartje aan en dient het project hier een bedrag van minimaal 400 euro voor neer te leggen. Echter kan voor deze dienst wederom een bedrijf of semi – instelling zoals de HHS, gevonden worden om te financieren.

⁸ Site van de communicatiecoach <http://www.communicatiecoach.com>

Met dit verhaal over het registreren van een merk, is gebleken dat er serieus nagedacht wordt over het merk van het project. Zoals eerder omschreven is het een project wat zich bevindt op de charitatieve sector en van bedrijven en particulieren vragen om middelen om de dienst te kunnen aanbieden. Hierdoor dient er zorgvuldig en enige voorzichtigheid is geboden bij het benaderen van deze mensen en instellingen. Dit doordat gebleken is dat te veel initiatieven lijden tot een schipbreuk door defecten op het financiële vlak in Suriname. Hierdoor heeft het project al het volgende motto opgesteld; *“Alle inspanningen bij dit plan, van ontwerp tot realisatie, gebeuren op geheel vrijwillige basis en niet om er zelf beter van te worden. Er wordt niet gehaald, maar gebracht.”*

Om de kwaliteit te kunnen waarborgen waar het project garant voor wilt staan, dient er de naam of merk van het project geregistreerd te worden. Zodat op deze manier geen misbruik kan worden gemaakt van de naam en dat het project niet geassocieerd gaat worden met andere praktijken of diensten.

Het maakt niet uit wat voor soort naam het project gaat dragen, maar het belangrijkste voor deze is dus dat deze geregistreerd staat, anders kan het binnen de kortste keren de naam in verkeerde handen terecht komen wat funest is voor het project en de schade hierdoor niet te overzien zal zijn.

Voordat een naam geregistreerd kan worden dient er een naam en logo tot stand te worden gebracht voor het project, deze moet voldoen aan de drie eerder genoemde aspecten;

- Onderscheidend vermogen hebben;
- Praktisch herkenbaar zijn;
- Associatieve kracht hebben.

Hierdoor valt de huidige naam die het project nu draagt af, aangezien deze voor meerdere initiatieven en diensten gebruikt zijn, hierdoor is het aspect dat de naam een onderscheidend vermogen bezit afgefallen.

Er moet door de initiatiefnemers en de studenten van Communicatie & Multimedia Design nagedacht worden over een toepasselijke naam en logo die een associatieve kracht bevat. De naam en logo dienen bij het zien en horen een bepaalde emotie losmaken bij de mensen en ze moeten meteen een beeld kunnen vormen wat voor project het is, er dient een hoog inlevingsvermogen op te roepen bij deze mensen.

Tevens dient er rekening te worden gehouden met het feit dat als het project onder wordt gebracht bij de Haagse Hogeschool, dat deze ook haar naam of logo terug wilt zien in de projectuitstraling. Dit zijn weer aspecten die de mogelijkheden bij de totstandkoming van een naam en logo kan beperken. Als het project wordt thuisgebracht onder de Haagse Hogeschool, nemen zij de bescherming van het project waar, door hun naam tevens te publiceren op de producten van het project. Hierdoor hoeft geen geld te worden geïnvesteerd, doordat de naam van de Haagse Hogeschool al de rechten heeft op de bescherming van haar naam. Als het project de naam combineert met zijn eigen creatie en van de Haagse Hogeschool, kan tevens de rechten behouden blijven en vind er nog steeds merkbescherming plaats.

Een naam en een logo van een dienst of project is een kostbaar bezit en deze kan niet om de haverklap worden gewijzigd. Hierdoor moet er zorgvuldig worden gekeken wat de beste oplossing is voor de naam en logo, voordat hier tijd en energie aan wordt besteedt. Het is van groot belang om een pakkende en passende naam en logo te ontwerpen, dat is nu wel duidelijk geworden. Alleen de naam en logo dienen niet alleen om herkenning op te roepen bij mensen, maar deze moeten ook over gaan tot actie. Dus in dit geval is dat voor particulieren en bedrijven het project steunen met middelen en voor de scholen gebruikmaken van het project.

De waarde van de naam en logo van het project neemt toe, door reclame en marketingactiviteiten, met behulp van deze aspecten kan het project marktaandeel winnen, waardoor een vervolg van het project makkelijker te realiseren is. Welke reclame activiteiten dient te worden ondernomen om vertrouwen in te kunnen winnen bij instellingen en particulieren en de naamsbekendheid van het project te kunnen vergroten, dient het project dit te kunnen behalen via de publiciteit. Hier wordt in het volgende hoofdstuk op ingegaan.

§ 5.3.3 Promotiebeleid

Een project waarbij alle inspanningen, van ontwerp tot realisatie, op geheel vrijwillige basis gebeurt en zich richt op de charitatieve sector. Kan worden vastgesteld dat bij de uitvoering van het project publiciteit een onmisbare factor is. Zoals al bij het voorgaande hoofdstuk waar de naamsbekendheid beschreven is, draagt een grote bekendheid van het project mee aan het verdere succes van het project. Door een grotere bekendheid zijn mensen en bedrijven sneller geneigd om tot actie over te komen, hierdoor kan het voor het project makkelijker worden om middelen, human capital en basisscholen te winnen voor het project.

Het project is genoodzaakt om mensen en bedrijven enthousiast te maken om zo direct wat te kunnen betekenen voor de binnenlandse schoolkinderen in Suriname. Zoals uit de krachtenveldanalyse gebleken is heeft het project te maken diverse partijen die elk een ander soort toegevoegde waarde kan bieden aan het project.

Er kunnen drie soorten categorieën worden onderscheiden waar de partijen van het project ingedeeld kunnen worden;

- Interne Belanghebbenden => Partijen die Human Capital bieden aan het project en werken aan het realiseren van het project;
- Externe Belanghebbenden => Partijen die middelen en diensten ter beschikking stellen om de realisatie van het project mogelijk te maken;
- Gebruikers van het project => Partijen die gebruik maken van de dienst die het project levert.⁹

Elk van deze groep is heeft een ander belang in het project, het is daarom belangrijk dat er met elke aangeworven partij zorgvuldig en nauwkeurig om dient te worden gegaan. Het kost veel tijd en moeite om een nieuwe partij aan te werven voor één van de bovenstaande categorieën. Er gaat een heel proces vooraf om een belanghebbende aan te kunnen wenden voor het project, echter is er gebleken dat er alleen maar positieve reacties worden losgemaakt bij deze mensen en ze bereid zijn vrijwillig mee te doen met het project.

Het is daarna de kunst van de vertegenwoordigers van het project om deze mensen en instellingen voor het project te behouden. Het is voor het project van belang dat zij zich oriënteren op de strategie van klantenpartnerschap. Dit houdt in de mensen en instellingen die voor het project zijn geworven, in te winnen en te behouden voor het project. Er moet een gevoel van verantwoording en betrokkenheid bij deze groepen los worden gemaakt, zodat ze bij een vervolg project eerder bereid zijn om weer mee te doen.

Promotie is het marketing – instrument waarmee de vertegenwoordiger van het project haar boodschap wil vertellen. Promotie is een vertaling van beleid van het project, verdeeld over een aantal gebieden. Centraal in het promotiebeleid staat communicatie.

Dagelijks communiceren mensen met elkaar. Er worden duizend – en – één gesprekken gevoerd, zowel in miljoenen huishoudens, als in allerlei arbeidssituaties. In deze communicatie doet men voortdurend een beroep op elkaar. Iedereen wil iemand anders wat duidelijk maken. Daarom communiceren mensen ook zoveel met elkaar.

Gedurende het communicatieproces geeft men in allerlei vormen boodschappen aan elkaar door. Er vindt voortdurend communicatie plaats tussen mensen; daardoor hebben zij tevens de mogelijkheid contacten, relaties op te bouwen, of een bepaalde band te kweken met de aangesproken persoon of personen.

Echter is het voor het project Anansi van belang dat er *effectief communicatie* wordt gevoerd. Hiermee wordt niet bedoeld op communicatie van sociaal karakter, maar gaat het erom hoe het project de boodschap door kunnen geven aan een bepaalde groep op een manier dat deze zoveel mogelijk effect sorteert.

⁹ Zie bijlage I, De krachtenveldanalyse, Bijlage Implementatieplan Coördinatie en werving basisschool

Een relatie met een groep waar het gaat om een zakelijke relatie tussen een onderneming en haar publieksgroepen, worden *public relations* genoemd.

Schematisch is het communicatieproces als volgt weer te geven:

Afzender -> Boodschap -> Medium -> Ontvangers¹⁰

Om het model oftewel het communicatieproces zo goed mogelijk te kunnen uitvoeren voor het project Anansi. Wordt er gebruikgemaakt van de verschillende vormen van promotie, zodat op deze manier alle publieksgroepen benaderd kunnen worden en hier de gewenste reacties los te kunnen komen over het project Anansi. Hiervoor worden de volgende vormen van promotie gebruikt:

- Reclame;
- Public Relations;
- Publiciteit;
- Sales Promotions.

Elk van deze vormen van promotie zullen afzonderlijk worden toelichting, tevens zullen de mogelijkheden worden bekeken of ze haalbaar zijn voor het project Anansi om ze uit te kunnen voeren.

Voordat er bepaald kan worden welke van vormen van promotie het effectiefst en op welke manier zij toegepast kunnen gaan worden, dient er eerst gekeken te worden naar de doelstellingen.

De doelstellingen die hier tot uiting komen voor het project, kunnen als volgt worden geformuleerd;

- Vergroting van de naamsbekendheid van het project Anansi;
- Het geven van informatie over het project Anansi;
- Het opbouwen en versterken van het imago van het project Anansi;
- Het stimuleren dat de diverse partijen elk op hun manier een bijdrage gaan leveren aan het project Anansi.

De bovenstaande doelstellingen dienen te worden nagestreefd met het toepassen van een promotiebeleid. Hiervoor wordt elke vorm van promotie behandeld en op het eind de paragraaf wordt er een conclusie getrokken of deze vorm effectief en haalbaar is het voor project.

¹⁰ De PR methode een inleiding in de Public Relations, H. van Ommen, R. Sterk, E. van Kuppenveld, Wolters – Noordhoff Groningen, ISBN nummer 90 – 01 – 66404 – 0

§ 5.3.3.1 Reclame

Reclame is beïnvloedende informatie over producten, artikelen, diensten en ondernemingen door middel van massacommunicatie.¹¹ Doel van reclame is een positieve houding te ontwikkelen bij de diverse partijen die het project betrokken zijn. Reclame komt in diverse vormen voor en wordt op verschillende wijzen gebracht. De kracht van reclame wordt versterkt door het gebruik van diverse vormen van massamedia.

De allereerste functie van reclame is die van identificatie. Om de partijen te kunnen gaan stimuleren, dient het project zich bekend te maken bij dezen. Hierbij speelt de keuze van de naam een hele grote rol en dient deze zorgvuldig gekozen te worden. Een naam moet niet alleen duidelijk en herkenbaar zijn, maar dient ook zoveel mogelijk uitstraling te bevatten.¹²

Naam en bijbehorend beeld zijn van essentieel belang voor de uitstraling en identiteit van het project Anansi. Het is hierdoor beter om die imagovorming zelf te bepalen en te sturen dan een imago door de buitenwereld aangemeten te krijgen. Dit gebeurt automatisch, de publieke opinie is gauw gevormd en is slechts met veel moeite om te buigen. “*Je bent nu eenmaal wat het publiek denkt dat je bent*”, is de bekendste kreet van reclamemensen. Het is één van de taken van reclame om daar duidelijkheid in te brengen, om het publiek datgene te laten denken wat het project graag wil.

Naamgeving en het daarbij behorende beeldmerk zijn van het grootste belang voor het imago van het project. Dat gewenste imago kan verder worden onderbouwd door zich consequent te presenteren met een *eigen huisstijl*. Een huisstijl moet een bepaald karakter en statement uitstralen dat in overeenstemming is met het project. De huisstijl begint bij een eigen schrijfwijze van de naam, hiervoor zijn tal van lettertypen en –soorten te hanteren. Naam en beeldmerk dienen consequent te worden toegepast om zoveel mogelijk uniformiteit en dus herkenbaarheid te verkrijgen. Echter is het niet mogelijk voor Project Anansi om drukwerk waar de naam van het project voorkomt, zoals op briefpapier, visitekaartjes, enveloppen en dergelijke te veroorloven. Aangezien er bij het project Anansi geen geldmiddelen aanwezig zijn en de nadruk niet gelegd wordt om door kosten te maken de naamsbekendheid te vergroten.

Het is duidelijk geworden dat reclame maken geld kost en op dit moment is dat niet de effectiefste en haalbare manier voor het project Anansi. Het project beschikt niet over geld om deze vorm van promotie toe te kunnen passen en uit te kunnen voeren. Hierdoor is het niet mogelijk om via de vorm van reclame de promotiedoelstellingen te behalen.

¹¹ PR en Promotie in de praktijk, M.D.M. Jouret en J.A.M. Elschoot, Academic Service/Prins, ISBN nummer 90 – 6233 – 607 – 8

¹² Hoofdstuk 5.3.2 Naamsbekendheid Project Anansi van het rapport Ontwerpen, Werven & Implementeren

§ 5.3.3.2 Public Relations

Public Relations afgekort PR werd vroeger vooral beschouwd als een niet – commerciële, voorlichtende activiteit, die weinig tot niets met marketing uitstaande had. Tegenwoordig zijn reclame en public relations elkaar echter al dicht genaderd, ofschoon er duidelijke verschillen zijn in werkwijze en benadering. Public Relations is doorgaans subtieler dan reclame en komt objectiever over.

Public Relations is, net als reclame, een onderdeel van de marketingcommunicatie – mix. Een van de primaire functies van public relations is het leggen en onderhouden van goede betrekkingen (relations) met de groepen van mensen (public) waarmee het project te maken mee heeft. Het doel van public relations is het creëren van een beter imago, hetgeen op langere termijn moet bijdragen aan optimale kunnen uitvoeren van vervolgproject op andere gebieden. Hierdoor kan gesteld wordt dat public relations een beleidsinstrument is.¹³

In de loop der tijd zijn er ook weer verschillende vormen van public relations ontstaan, zo worden de volgende vormen onderscheiden;

- Corporate Public Relations;
- Public Affairs;
- Marketing – Public Relations.¹⁴

Corporate Public Relations

Corporate PR is in zekere zin te vergelijken met het voeren van een huishouding. Om zo lekker mogelijk te kunnen leven, zal men er naar streven iedereen in de omgeving op goede voet te staan. Een goede verstandhouding met de omgeving leidt tot sympathie en begrip. Dat kan niet alleen klachten voorkomen, maar maakt het ook gemakkelijker om iets te kunnen “regelen” als dat nodig zou zijn. Een goede verstandhouding met andere organisaties en groeperingen draagt bij tot een zo soepel mogelijk functioneren van het project.

Public affairs

Deze vorm gaat nog een stapje verder dan corporate PR. Hier gaat het niet alleen om doelgerichte relatiebehatiging, maar worden zelfs de ondernemingsdoelstelling uit vrije wil aangepast aan de wensen van de omgeving of maatschappij.

Marketing – Public Relations

Onder marketing PR vallen activiteiten ter ondersteuning van bepaalde marketing inspanningen. Deze vorm van PR is een uiting naar reclame toe en wordt gebruikt om marktaandeel in te winnen door een campagne op te starten. Daarnaast staat deze vorm van PR niet op zichzelf maar wordt gebruikt in combinatie met andere marketingmix – instrumenten.

Met deze toelichtingen op de verschillende vormen kan worden geconcludeerd dat de vormen Corporate PR & Public affairs opgaan voor het project.

Public Relations is de communicatie die gebruikt wordt om het beeld, het imago van het project te kunnen versterken en verbeteren. Het uitgangspunt van het toepassen van Public Relations voor het project is dat de promotiedoelstellingen behaald worden.

¹³ PR en Promotie in de praktijk, M.D.M. Jouret en J.A.M. Elschot, Academic Service/Prins, ISBN nummer 90 – 6233 – 607 – 8

¹⁴ Van plan tot uitvoering, Inleiding in voorlichting en Public Relations, M.F. Vos, 2^{de} gewijzigde druk, ISBN nummer 0 – 5189 – 083 – 4

Door middel van public relations kan worden bewerkstelligd dat men een het project niet alleen kent en herkent, maar ook waardeert. Die waardering kan het project op verschillende manieren verkrijgen;

- Publieksvriendelijke activiteiten die door het project worden ondernomen, dit kan behaald worden door de kinderen van de Vlierboomschool, de bedrijven en instellingen die aan sponsering hebben gedaan en de uitvoerders uit te nodigen om de proefopstelling van het project te bekijken en uit te proberen;
- Positieve ervaringen met het project die voor de langere termijn van het project, waardering kunnen opleveren;
- De partijen op de hoogte stellen van de ontwikkelingen rond het project;
- Het geven van objectieve voorlichting over het project.

Om het strategie klantenpartnerschap goed uit te kunnen voeren en toe te passen op de verschillende soorten partijen die betrokken zijn bij het project. Dient hier de middelen te worden weergegeven die in de macht ligt voor het project om uit te voeren. Zodat de toepassing van Public Relations een positieve uitwerking heeft op het behalen van de promotiedoelstellingen.

Middelen die toegepast kunnen worden door project Anansi, naast de bovengenoemde manieren om de waardig te krijgen zijn;

- Direct mail naar alle partijen waarin reilen en zeilen van het project weergegeven worden;
- Maandelijks nieuwsbrief Project Anansi via de e-mail, waarin de laatste ontwikkelingen en eventueel de ervaringen van de kinderen vermeld kunnen worden;
- Bij nieuwe ontwikkelingen in een vervolgproject eerst deze mensen en instellingen benaderen en uitnodigen voor een presentatie waar hier het vervolgproject wordt verkocht;
- De leukste foto's en verhalen die de kinderen met elkaar uitwisselen in een collage verwerken en via de mail naar de betrokken partijen toesturen;
- Zorgen dat het contact behouden blijft, daar zo nu en dan telefonisch contact met ze te onderhouden. Op deze manier laat je weten dat je ze niet vergeten bent en maak je een betrokken gevoel bij deze mensen los.

Dit zijn mogelijkheden om de klantenbinding te kunnen behouden, zodat deze partijen zich in de toekomst blijven inzetten voor het project Anansi.

§ 5.3.3.3 Publiciteit

Publiciteit is een boodschap over een product of onderneming, waarvoor gebruik gemaakt wordt van het medium “*de pers*”. Publiciteit is berichtgeving maar kan tegelijk ook als reclaimedrager fungeren.

Publiciteit komt in verschillende vormen voor, maar heeft als belangrijkste kenmerk dat de boodschap een zekere nieuwswaarde heeft.

Om een verschil met reclame aan te geven, zou er gesteld kunnen worden dat publiciteit niet direct kosten met zich meebrengt, in tegenstelling tot het plaatsen van een advertentie. Er is echter ook wel degelijk betaalde publiciteit. Hier wordt alleen op de gratis publiciteit ingegaan, doordat reeds gemeld is dat betalen voor promotie voor het project geen optie is. Aangezien deze geen beschikking heeft en wil hebben over geld.

Om gratis publiciteit te verwerven zijn goede contacten met de pers noodzakelijk. De pers is geïnteresseerd in iets nieuws. Door het feit dat het project publiciteit wil verwerven, zal deze het project moeten blootstellen aan het publiek. Hierbij is het erg belangrijk dat de boodschap van het project geloofwaardig overkomt, hier voorzie ik geen problemen in voor het project. Met zorg gehanteerd en goed gedoseerd is publiciteit in combinatie met de promotievorm PR een zeer waardevol en effectief communicatiemiddel voor het project Anansi.

Over het algemeen wordt “*publiciteit*” als een Public Relations instrument beschouwd. Publiciteit is het middel om regelmatig op een positieve manier in het nieuws te komen. Publiciteit werkt direct of indirect, maar altijd via de media.

Het doel van publiciteit, in welke vorm dan ook, is het verschaffen van informatie in de meest brede zin van het woord.

Grofweg zijn er zes vormen van “*publiciteit*”, waarvan er vijf als instrumenten kunnen worden beschouwd:

- Reclame;
- Aan reclame gekoppelde publiciteit;
- Advertorials;
- Free Publicity;
- Ongewilde publiciteit (geen instrument);
- Eigen publiciteitsmedia.

Reclame

Reclame is een betaalde publiciteit. Het project bepaalt zelf hoe, waar, wanneer en in welke vorm de communicatie tot stand wordt gebracht. Echter is reeds vermeld dat reclame niet de juiste middel is om de promotiedoelstellingen te halen. Aangezien het project geen beschikking heeft en wil hebben over geld.¹⁵

Aan reclame gekoppelde publiciteit

Hier gaat het om plaatselijke en regionale kranten en huis – aan – huisbladen die koppelverkoop toepassen. Dit houdt in dat trouwe adverteerders beloond worden met een gratis stukje redactie. Het is een gegeven dat de geloofwaardigheid van de redactionele kolommen in een blad of krant groter is dan die van advertenties en dat de effecten ervan aanzienlijk kunnen zijn. Echter geldt hier net als bij reclame, dat het project geen geld ter beschikking heeft en wil hebben, waardoor dit middel voor promotie afvalt voor het project.

¹⁵ Hoofdstuk 5.3.3.1 Reclame van het rapport Ontwerpen, Werven & Implementeren

Advertorials

De advertorial (een samentrekking van *advertising* en *editorial*) houdt het midden tussen een advertentie en een redactioneel artikel. Een advertorial is een commerciële boodschap in hetzelfde lettertype, dezelfde kolombreedte en met dezelfde opmaak als de redactionele pagina's. Wederom is dit een instrument waarbij geld aan te pas komt. Hierdoor wordt nogmaals vermeld, dat het project geen geld ter beschikking heeft en wil hebben, waardoor dit instrument voor promotie afvalt voor het project.

Free Publicity

De beste publiciteit is Free Publicity, oftewel gratis redactionele publiciteit. Voorwaarde is dan echter wel dat deze publiciteit geloofwaardig is en de lezer ook aanspreekt. Om echt in het nieuws te komen, ook al is het plaatselijk of regionaal, moet het project dus ook werkelijk iets nieuws te melden hebben. Aan deze voorwaarde kan het project voldoen en het is tevens een perfect instrument voor het project om de promotiedoelstellingen te kunnen behalen.

Ongewilde publiciteit

Het kan voorkomen dat men niet bewust de publiciteit opzoekt, kan men er ongewild toch in terecht komen. Hier kan alleen als er vervelende zaken gebeuren met het project, dat de schade beperkt wordt door de vertegenwoordigers.

Eigen publiciteitsmedia

Onbetaalde, redactionele publiciteit via de pers kan men, zoals al opgemerkt is, zelf nooit voor de 100 procent beheerst worden. Het is uiteindelijk de journalist van het medium die bepaalt wat nieuws is en hoe dit naar buiten wordt gebracht.

Door een eigen nieuwsmedium uit te geven en te verspreiden kan men dit probleem omzeilen. Er zijn verschillende mogelijkheden mogelijk voor het project Anansi;

- Direct mail naar alle partijen waarin reilen en zeilen van het project weergegeven worden;
- Maandelijks nieuwsbrief Project Anansi via de e-mail, waarin de laatste ontwikkelingen en eventueel de ervaringen van de kinderen vermeld kunnen worden;
- Folder via de e-mail verzenden waar de leukste verhalen en foto's van de kinderen staan weergegeven.
- Informatieve website opstarten waar informatie over project Anansi vermeld staat. Tevens staan hier de logo's van de bedrijven en andere instellingen die middelen ter beschikking hebben gesteld vermeld. Daarnaast zal er een uitgebreide beschrijving met foto's van de kinderen en de basisschool op de informatieve site van het project komen te staan.
- Deze site betreft niet het portal, maar een andere site waar het ontstaan en het reilen en zeilen van het project te vinden is, het betreft te hier gaan om een informatieve site.

Gratis Publiciteit kan gebruikt worden om de lancering van het project onder de aandacht te brengen bij mensen en bedrijven. Zo kan er begonnen worden met het promoten van het project en het naar buiten treden over het idee concept als de proefopstelling er staat en de kinderen van de Vlierboomschool deze gaan testen. Dit zou medio eind augustus en begin september kunnen plaatsvinden, hier kan de plaatselijke en zelfs landelijke mediakanalen worden benaderd om het in hun programma of dagbladen op te nemen.

Als het project wordt ondergebracht bij de Haagse Hogeschool dan kan er een communicatie en PR deskundige de pers te woord staan, als dat niet mogelijk is dient er studenten aan te worden geworven om deze taak op zich te nemen. Echter dient de persoon die deze functie op zich neemt alle ins & outs te weten over het project, zodat er een professioneel en intelligent instelling/houding wordt aangenomen. Door een professionele houding en inhoudelijke vakkennis wekt vertrouwen op met de kijkers en lezers, dit kan positief uitwerken voor het project.

Als het enthousiasme zo hoog is bij de regionale kanalen, kan er zelfs een wekelijkse uitzending van 15 minuten worden uitgezonden, waar de voortgang en de uitvoering van het project centraal staat. Deze kunnen worden uitgezonden op Hindoestani TV wat op Info Thuis 2 keer in de week te zien is en in het programma In het andere oog van TV West, waar aandacht wordt besteed aan multiculturele zaken die hier in de omgeving van Den Haag afspeelt.

Tevens kan er een item in het Hart van Nederland bulletin komen, wat uitgezonden wordt op SBS6. Aangezien deze altijd om tips vraagt en alle gebeurtenissen van Nederland uitzend, kan het interessant zijn voor het project.

Het opzoeken van de publiciteit is niet alleen gunstig voor het project, maar ook voor de deelnemers van het project en het bedrijfsleven die middelen sponsoren aan het project om de uitvoering mogelijk te maken. Dit is tevens een beweegreden voor deze groepen om met het project in zee te gaan, ze worden zelf ook geassocieerd met het project.

Er dient niet alleen in Nederland aan publiciteit gedaan te worden, uiteraard kan dat ook op Surinaamse bodem. Zo kan het project de nieuwsbladen en diverse televisie en/of radioprogramma's halen, om het vooral onder de aandacht te kunnen brengen bij de stadsbewoners van Suriname.

Het project kan ook in diverse soorten tijdschriften terecht komen, bijvoorbeeld in kindertijdschriften, vakbladen of andere soort tijdschriften.

Dit zijn voorbeelden hoe er publiciteit met het project gehaald kan worden en dus hoe de naamsbekendheid van het project vergroot kan worden. Het is een algemeen gegeven met publiciteit dat als één zender het uitzendt, de andere zenders het ook in hun programma's onder de aandacht wil brengen. Hier past het spreekwoordelijke gezegde *“als er één schaap over de dam is, volgen er meer”*.

Het zou niet aan het project liggen dat ze hier geen aandacht willen besteden, het is een interessant en opmerkelijk project. Het is wel aan de vertegenwoordigers van het project hoe ze dit onder de aandacht willen gaan brengen bij de mensen en hoe ze het willen vertellen. Hier dient zorgvuldig over nagedacht te worden, want als het nieuws eenmaal in omloop is, kan het niet terug gedraaid worden.

Het publiciteitsmoment, wanneer dient het project de publiciteit op te zoeken, dit zou al in tijdens de proefopstelling kunnen als de leerkracht en een aantal scholieren naar de Haagse Hogeschool komen om het project te kunnen proeven.

Als dit geen mooie en duidelijke beeld kan geven over het project, is een beter moment bij de lancering van het project. Dus op de eerste dag dat de Nederlandse en de Kayaanse kinderen elkaar treffen op het portal. Daarvoor kunnen de Nederlandse kinderen één dag naar de Haagse Hogeschool komen om het project officieel te kunnen lanceren en dat hier beelden van gemaakt worden.

Zodat op deze manier het project op de juiste manier naar buiten wordt gebracht waar voor het ook staat, *voor kinderen en door kinderen*. Hierdoor krijgt de buitenwereld een juiste en volledig beeld wat het project inhoudt en zien ze meteen wat voor impact het heeft op de kinderen. Dit werkt positief door op het verdere vervolg van het project en voor de naamsbekendheid van het project.

Daarnaast dient Haagse Hogeschool intern ook de nodige aandacht te besteden aan het project, zou zo een uitgebreid verhaal op het portal van de Haagse Hogeschool kunnen komen en een artikel in het Atrium.

Conclusies

Het project Anansi wil een waardevolle bijdrage leveren aan het onderwijsniveau in de binnenlanden van Suriname. Er dient wel opgemerkt te worden dat Project Anansi zich niet met het onderwijs willen bezighouden, maar zich meer willen oriënteren op de buitenschoolse activiteiten.

De formulering van de nieuwe doelstelling van project Anansi is; *“Spelenderwijs op alle mogelijke manieren de levens te verrijken van de kinderen in de leeftijdscategorie 8 – 10 jaar die op de Vlierboomschool en de Kayanaschool zitten.”*

Voor is de doelstelling wordt de SMART definitie toegepast, om zo vast te stellen dat de doelstelling meetbaar en evalueerbaar is, hierdoor kan na voltooiing van het project via de SMART definitie makkelijk na worden gegaan of de doelstelling van het project gerealiseerd is.

Na het ontwerpen van promotie materiaal om als ondersteuning te kunnen gebruiken, is het traject begonnen om een Nederlandse & Surinaamse basisschool te werven voor het project. Na diverse stappen te hebben uitgevoerd, kan vol trots gezegd worden dat de voor de Nederlandse kant de Vlierboomschool is geworden en voor de Surinaamse kant, de Kayanaschool is geworden.

Er kan geconcludeerd worden dat na de werving van deze scholen de uitvoerders betrokken blijft bij de basisscholen en ondersteuning biedt als dit vereist is. De communicatieproces met deze scholen kan in drie stadia worden ingedeeld, vooraf, tijdens en na de uitvoering van het project. Zodat het wervingstraject, de implementatie en evaluatie van het project goed uitgevoerd kan worden. Zodat op deze manier informatie wordt vergaard door de uitvoerders van het project wat in een vervolgproject anders dient te gaan en juist dezelfde aanpak vereist.

Deze informatie is te verkrijgen door een nauw contact te hebben met de gebruikers en hun leerkrachten.

Daarnaast dient er nader gekeken worden naar de naam van het project en dient er een logo gecreëerd te worden. De waarde van de naam en logo van het project neemt toe, door reclame en marketingactiviteiten, met behulp van deze aspecten kan het project marktaandeel winnen, waardoor een vervolg van het project makkelijker te realiseren is

Het project is genoodzaakt om mensen en bedrijven enthousiast te maken om zo direct wat te kunnen betekenen voor de binnenlandse schoolkinderen in Suriname. Er kunnen drie soorten categorieën worden onderscheiden waar de partijen van het project ingedeeld kunnen worden;

- Interne Belanghebbenden => Partijen die Human Capital bieden aan het project en werken aan het realiseren van het project;
- Externe Belanghebbenden => Partijen die middelen en diensten ter beschikking stellen om de realisatie van het project mogelijk te maken;
- Gebruikers van het project => Partijen die gebruik maken van de dienst die het project levert.

De promotiedoelstellingen die tot uiting komen voor het project, zijn;

- Vergroting van de naamsbekendheid van het project Anansi;
- Het geven van informatie over het project Anansi;
- Het opbouwen en versterken van het imago van het project Anansi;
- Het stimuleren dat de diverse partijen elk op hun manier een bijdrage gaan leveren aan het project Anansi.

Deze doelstellingen kunnen gerealiseerd worden door, Publiciteit en PR toe te passen voor het project.

Aanbevelingen

Aanbevelingen op het gebied van communicatie met de Surinaamse gebruikers en vertegenwoordigers:

- De communicatie met de Surinaamse basisschool tijdens de uitvoering van het project, kan via het internet en dan met name via de mail plaatsvinden. Emailadressen aanmaken voor de leerkracht en onderwijshoofd.
- Online helpdesk opstarten waar ze terecht kunnen met ICT problemen, deze kan onder het beheer vallen van informatica of de ICT service desk die Haagse Hogeschool tot haar beschikking heeft.
- Tevens dienen er evaluatieformulieren opgesteld worden, zodat de maandelijkse of tweewekse evaluatie en de daarbij komende verbeterpunten tijdens de uitvoering nog naar voren komen en eventueel bijgestuurd kunnen worden, zodat dit de kwaliteit van het project kan waarborgen. De formulieren dienen alle aspecten rond de uitvoering ter sprake te stellen, zodat op deze manier alles op alles wordt gezet om de kwaliteit te bewaken en te waarborgen, wat allemaal ten goede komt van het project.
- Tevens dienen de Surinaamse kinderen ook in sprake te hebben in het uitvoeringsproces en moeten hun suggesties en ideeën ook tot uiting kunnen komen en onder de aandacht worden gebracht bij de vertegenwoordigers van het project Anansi.
- Tevens dient de leerkracht en het onderwijshoofd een eindconclusie en evaluatie/reflectie schrijven naar over het project en wat voor hen de toegevoegde waarde is en alle andere bijkomende aspecten dienen hierbij te worden betrokken.

Aanbevelingen op het gebied van communicatie met de Nederlandse gebruikers en vertegenwoordigers:

- Voor de Nederlandse afnemers een telefonische helpdesk opstarten waar ze terecht kunnen met ICT problemen en problemen met het bereiken van het portal.
- Er kunnen met de vertegenwoordigers van het project en de basisschool elke maand een afspraak gemaakt worden om hier de evaluatie en de opmerkelijkheden te bespreken.
- Tevens dienen de Nederlandse kinderen ook in sprake te hebben in het uitvoeringsproces en moeten hun suggesties en ideeën ook tot uiting kunnen komen en onder de aandacht worden gebracht bij de vertegenwoordigers van het project Anansi.
- Tevens dient de leerkracht en het onderwijshoofd een eindconclusie en evaluatie/reflectie schrijven naar over het project en wat voor hen de toegevoegde waarde is en alle andere bijkomende aspecten dienen hierbij te worden betrokken.

Er zijn op dit vlak nog meer aanbevelingen, echter verwijs ik u hiervoor door naar de desbetreffende hoofdstuk.

De naam van het project dient aangepast te worden, doordat er meerdere projecten en initiatieven dezelfde naam dragen. Daarnaast dient de naam van het project beschermt te worden, dit kan gerealiseerd worden door het te laten registreren bij het Benelux Merkenbureau.

Om toekomst in een vervolgproject te positief te kunnen beïnvloeden, dient de promotiedoelstellingen te worden behaald. Dient is mogelijk door de volgende promotie vormen toe te passen, publiciteit & PR. Concreet betekent dit dat het project de volgende middelen moet gebruiken;

- Direct mail naar alle partijen waarin reilen en zeilen van het project weergegeven worden;
- Maandelijks nieuwsbrief Project Anansi via de e-mail, waarin de laatste ontwikkelingen en eventueel de ervaringen van de kinderen vermeld kunnen worden;
- Folder via de e-mail verzenden waar de leukste verhalen en foto's van de kinderen staan weergegeven.
- Informatieve website opstarten waar informatie over project Anansi vermeld staat. Tevens staan hier de logo's van de bedrijven en andere instellingen die middelen ter beschikking hebben gesteld vermeld. Daarnaast zal er een uitgebreide beschrijving met foto's van de kinderen en de basisschool op de informatieve site van het project komen te staan.
- Deze site betreft niet het portal, maar een andere site waar het ontstaan en het reilen en zeilen van het project te vinden is, het betreft te hier gaan om een informatieve site.

Daarnaast moet ze gratis publiciteit opzoeken na lancering van de proefopstelling door de kinderen van de Vlierboomschool het project officieel mogen openen. Hierdoor kunnen diverse regionale en landelijke media uitgenodigd worden om dit op te nemen in hun programma, maar kan de publiciteit ook intern gezocht worden binnen de Haagse Hogeschool.

Literatuurlijst

Literatuur

- Advieskunde voor praktijkstages Organisatieverandering als leerproces, P.M. Kempen & J.A. Keizer, 2^{de} druk, Wolters – Noordhoff
- Basisboek Communicatie, Drs. W.J. Michels, tweede geheel herziene druk, Wolters – Noordhoff Groningen
- Basisboek Methoden en Technieken, Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek, Baarde en De Goede, 3^{de} herziene druk, Stenfert Kroese
- De PR methode een inleiding in de Public Relations, H. van Ommen, R. Sterk, E. van Kuppenveld, Wolters – Noordhoff Groningen, ISBN nummer 90 – 01 – 66404 – 0
- DM & SP Dossier, Fondsenwerving en strategische allianties, E. Waasdorp, 4^{de} in de reeks, Adfo Specialists group
- Instrumenten voor strategisch beleid, Ph. J. Gelderman, Een praktische aanpak, 3^{de} druk Stenfert Kroese
- PR en Promotie in de praktijk, M.D.M. Jouret en J.A.M. Elschot, Academic Service/Prins, ISBN nummer 90 – 6233 – 607 – 8
- Grondslagen van de Marketing, Prof. Dr. B. Verhage, 5^{de} druk 2001, Stenfert Kroese
- Strategische Dienstverlening, 20 modellen ter ondersteuning, De Vries en Goud, Stenfert Kroese
- Van plan tot uitvoering, Inleiding in voorlichting en Public Relations, M.F. Vos, 2^{de} gewijzigde druk, ISBN nummer 0 – 5189 – 083 – 4
- Projectmatig Creëren, J. Bos en E. Harting, 12^{de} druk, Scriptum Books, Schiedam, ISBN nummer 90 – 5594 – 122 – 0

Internet

- Site van de communicatiecoach <http://www.communicatiecoach.com>
- Site van Stichting Kayana <http://www.kayana.nl>
- Site van Thijs (leerkracht in Kayana) <http://www.thijsinsuriname.tk>
- Site van de zonnebloemschool <http://www.osbzonnebloem.nl>
- Site van W. De Vries Jr. Dienstenmarketing, auteur Strategische dienstverlening 20 basismodellen ter ondersteuning <http://www.dienstenmarketing.nl>
- Site van CRM & Marketing centre, <http://www.crm-marketing-centre.nl>
- De informatiesite over communicatieplannen
<http://communicatieplan.hemminga.com/plannen.php>
- Site van De Bondt Grafimedia communicatie B.V., <http://www.de-bondt.nl>

Bijlage 1 Externe Oriëntaties

Hieronder treft u de externe oriëntatie die toegepast is op de twee gekozen basisscholen, De Vlierboomschool en De Zonnebloemschool. De externe oriëntatie heeft tot doel om de voorbereidingsfase voor het eerste gesprek met de basisschool te kunnen voltooien. Het is van belang te weten voor het gesprek plaatsvindt wie je potentiële doelgroep en samenwerkingspartner wordt en wat hun onderscheidende kenmerk is ten opzichte van de basisscholen die Den Haag rijk is.

Basisschool O.B.S. De Vlierboom¹⁶

1. Wat voor soort basisschool is De Vlierboom?

De Vlierboom is een openbare basisschool. De openbare school staat open voor iedereen en is 'een school voor allen'. Een school met eerbied voor iedere levensovertuiging. Begrip voor andere opvattingen, andere gedachten staat centraal.

2. Wat voor soort onderwijssysteem kent de school?

Niet bekend

3. Welke uitgangspunten hanteert de school?

Niet bekend

4. Hoeveel leerlingen telt deze basisschool?

Niet bekend, echter de doelgroep voor ons project telt voor het nieuwe schooljaar 30 leerlingen in groep 6.

5. Wat voor soort leerlingen zitten hier op school?

Niet bekend

6. Welke groepssamenstellingen kent de school?

3 klassen met 1/2 groepen

1 klas groep 3

1 klas groep 4

1 klas groep 5

2 klassen groep 6

1 klas groep 7

1 klas groep 8

7. Wat is de samenstelling van leerkrachten op deze school?

Niet bekend

¹⁶ Website van de basisschool De Vlierboom, <http://www.devlierboom.nl>

8. In welke omgeving is de basisschool gelegen?

De Vlierboom ligt in de Vruchtenbuurt wat in het stadsdeel Segbroek ligt. Er wonen ongeveer 59.000 inwoners in deze Haagse wijk. Het aantal inwoners is de afgelopen decennia gedaald en dit zal na verwachting doorgaan. De wijk kan in vijf kleinere wijken worden onderverdeeld: Regentessekwartier, Valkenboskwartier, Vruchtenbuurt, Bomen- en Bloemenbuurt en de Vogelwijk.

De vruchtenbuurt is een rustige en groene wijk om in te wonen. De Vlierboom school ligt aan de Vlierboomstraat, dit is een drukke straat met veel verkeer wat uit de woonwijk komt. De school ligt naast een andere school De Vliermeent, dit is een Protestants – Christelijke school. Beide scholen ligt in een woonwijk, dichtbij haar doelgroep, tevens ligt deze school op 5 minuten loopafstand van het Segbroek College. De economische bedrijvigheid in Segbroek bestaat grotendeels uit detailhandel. Er zijn geen bedrijventerreinen en/of grootschalige industrieën in Segbroek.

9. Welke ICT – faciliteiten kent de school?

2 computers per klas die voorzien zijn met een ADSL – internetverbinding.

10. Welke buitenschoolse activiteiten kent de school?

Niet bekend

11. Zijn er al maatschappelijke zaken en doelen die deze school steunt?

Niet bekend

12. Wat heeft de school qua website en andere technologische toepassingen?

Ze hebben een website, deze is te vinden op <http://www.devlierboom.nl>, tevens heeft elke klas twee pc's tot haar beschikking met ADSL – internetverbinding.

13. Wat zijn de schooltijden die de school kent?

Maandag	08.30 tot 12.00 13.00 tot 15.00
Dinsdag	08.30 tot 12.00 13.00 tot 15.00
Woensdag	08.30 tot 12.15
Donderdag	08.30 tot 12.00 13.00 tot 15.00
Vrijdag	08.30 tot 12.00 13.00 tot 15.00

Maandag, dinsdag, donderdag en vrijdag heeft groep 1 t/m 4
's ochtends les tot 11.30. Wo. tot 12.00

14. Hoe worden de ICT – faciliteiten bij de school gebruikt?

Niet bekend

15. Wat zijn de doorstroomcijfers van de leerlingen van deze school?

Niet bekend

Basisschool O.B.S. De Zonnebloemschool¹⁷

1. Wat voor soort basisschool is De Zonnebloemschool?

De zonnebloemschool is een openbare basisschool. De openbare school staat open voor iedereen en is 'een school voor allen'. Een school met eerbied voor iedere levensovertuiging. Begrip voor andere opvattingen, andere gedachten staat centraal.

2. Wat voor soort onderwijssysteem kent de school?

De school kent een leerstofjaarklassensysteem, dit systeem is gebaseerd op de gedachte dat leerlingen van bijna dezelfde leeftijd (er kan overigens bijna een jaar verschil bestaan), ongeveer even ver in hun ontwikkeling zijn. Dit is niet altijd het geval. Indien de leerstof strak klassikaal aangeboden zou worden, gericht op een zogenaamd 'gemiddelde', doen wij veel leerlingen tekort. Individualiseren en differentiëren is dan ook noodzakelijk. Er is een basisstof die door alle leerlingen beheerst moet worden. Extra leerstof kan zijn: verrijkingsstof of verdiepingsstof. Om beter te kunnen differentiëren is zelfstandig werken erg belangrijk en is dit dan ook één van onze speerpunten.

3. Welke uitgangspunten hanteert de school?

De school streeft naar een situatie waarin:

- ieder kind zich thuis voelt op school;
- ieder kind zich geborgen weet;
- ieder kind zich veilig voelt en zich durft te uiten;
- er een goed contact is tussen de kinderen onderling;
- er een basis van vertrouwen is.

4. Hoeveel leerlingen telt deze basisschool?

De school telt voor dit jaar een totaal van 419 leerlingen die verdeeld zijn over zeventien groepen.

5. Welke groepssamenstellingen kent de school?

De 419 leerlingen die de basisschool dit schooljaar telt zijn verdeeld over de volgende groepen;

- 5 groepen 1/2 (zij starten aanvankelijk met 21-21-22-21 en 22 leerlingen);
- twee groepen 3 (26 en 24 leerlingen);
- twee groepen 4 (25 en 28 leerlingen);
- twee groepen 5 (25 en 27 leerlingen);
- twee groepen 6 (25 en 26 leerlingen);
- twee groepen 7 (25 en 26 leerlingen);
- twee groepen 8 (26 en 29 leerlingen).

6. Wat voor soort leerlingen zitten hier op school?

De kinderen van deze school wonen in een multiculturele stad en de basisschool en het daarmee gemoeide onderwijs gaat er mede van uit dat de leerlingen opgroeien in een multiculturele samenleving. Dit is terug te vinden in de samenstellingen van de groepen leerlingen die op deze school les volgen.

¹⁷ Website van O.S.B. Zonnebloemschool, <http://www.obszonnebloem.nl>

7. Wat is de samenstelling van leerkrachten op deze school?

De school heeft dit schooljaar 419 leerlingen, verdeeld over zeventien groepen.
(gemiddeld 24,6 leerlingen) Er werken bij de Zonnebloemschool:

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| - 26 leerkrachten; | - 2 vakleerkrachten gymnastiek; |
| - 1 godsdienstleerkracht | - 2 onderwijsassistenten; |
| - 1 administratief medewerker; | - 1 schoolmedewerker; |
| - 1 conciërge; | - 1 directeur |
| - 1 adjunct-directeur; | |

8. In welke omgeving is de basisschool gelegen?

De Zonnebloemschool is gelegen in de Bomen- en Bloemenbuurt wat in het stadsdeel Segbroek ligt, de Bomen- en Bloemenbuurt dit is een rustige woonwijk. Het is wel een dichtbevolkte wijk, maar kent de charmes door op loop afstand een bosrijke omgeving te hebben en het strand. Het is een rustige wijk waar de school gelegen is, het ligt op 2 minuten afstand van het Segbroek College, veel leerlingen van de Zonnebloemschool wijken dan ook heel erg snel uit naar deze middelbare school. Tevens is de ligging van de school zeer gunstig, doordat het midden in een woonwijk ligt is het dichtbij haar doelgroep, daarnaast hebben ze diverse uitwijkmogelijkheden; sportterrein wat op de hoek van de straat ligt, daarnaast is er op loopafstand een bosrijke omgeving en het strand is tevens op loopafstand. De economische bedrijvigheid in Segbroek bestaat grotendeels uit detailhandel. Er zijn geen bedrijventerreinen en/of grootschalige industrieën in Segbroek.

9. Welke indeling kent het schoolgebouw van deze basisschool?

De o.b.s. 'De Zonnebloem' ligt in de Bomen-, Bloemen- en Vruchtenbuurt op de kruising van de Hyacinthweg en de Zonnebloemstraat. De hoofdingang is aan de Hyacinthweg nummer 5. De kleutergroepen en één groep 4 bevinden zich op de begane grond. Op de begane grond zijn verder de personeelskamer, het speellokaal voor de kleuters, de orthotheek, de RT ruimte en de gymnastiekzaal. Tevens is op de begane grond de hoofdingang van de naschoolse opvang 'Hyacinthe' en de peuterspeelzaal 'Roodkapje' bij de ingang nummer 1. De groepen 3 t/m 8 zijn te vinden op de eerste verdieping. Op de eerste verdieping bevindt zich ook de administratie en de directiekamer. De mediaruimte, het magazijn en een RT-ruimte bevinden zich op de tweede verdieping.

10. Welke ICT – faciliteiten kent de school?

Zoals uit de indeling van de school is gebleken, beschikt de school over een RT – ruimte, waar alle ICT – faciliteiten zijn te vinden. Ze beschikken over pc's met internetverbinding, echter is het nog niet bekend over hoeveel pc's zij beschikken.

11. Welke buitenschoolse activiteiten kent de school?

Deze basisschool besteedt veel tijd en aandacht aan buitenschoolse activiteiten zo zijn er mogelijkheden voor de leerlingen om mee te doen aan de volgende activiteiten;

- Cursus op locatie;
- Wandelmarsen;
- Museum- en theaterbezoek;
- Toneel-, ballet- en muziekvoorstellingen;
- Schooltuinen en kindertuinen;
- Paasontbijt, sinterklaas- en kerstfeest.

12. Zijn er al maatschappelijke zaken en doelen die deze school steunt?

Er is wel een stichting opgericht, met de naam Stichting de Zonnebloemschool, echter heeft deze tot doel om extra leer- en hulpmiddelen voor kinderen op de OBS De Zonnebloem te kunnen kopen. Daarnaast maakt de school ook geld over naar een schooltje in Oeganda. Van dat geld zijn al meerdere lokalen opgeknapt. En nu gaan ze een stuk land kopen om eten te verbouwen voor de kinderen.

13. Wat heeft de school qua website en andere technologische toepassingen?

De school heeft dus een website, deze is te vinden op <http://www.osbzonnebloem.nl>, daarnaast beschikt de school over een ICT ruimte.

14. Wat zijn de schooltijden die de school kent?

Onderbouw (groepen 1 t/m 4):

08.45 - 11.45 uur (ma t/m vr)

13.30 - 15.30 uur (ma-di-do-vr)

Bovenbouw (groepen 5 t/m 8):

08.45 - 12.15 uur (ma-di-do-vr)

08.45 - 12.30 uur (woensdag)

13.30 - 15.30 uur (ma-di-do-vr)

15. Hoe worden de ICT – faciliteiten bij de school gebruikt?

De ICT – faciliteiten binnen de school wordt gebruikt ter ondersteuning van het onderwijs wat de leerlingen volgen. Hier kan gedacht worden aan softwarepakket en programma's die het leren van bepaalde zaken een andere dimensie geeft en het proces kan doen versnellen.

16. Wat zijn de doorstroomcijfers van de leerlingen van deze school?

Hieronder treft u een cijferoverzicht over de doorstroming van leerlingen van o.b.s. 'De Zonnebloem' aan die naar het voortgezet onderwijs zijn doorgestroomd in 2004.

SCHOOLTYPE	AANTAL LEERLINGEN
VWO	7
HAVO / VWO	7
HAVO	14
HAVO/ VMBO theoretische leerweg	11
VMBO theoretische leerweg	10
VMBO theoretisch / gemengde leerweg	4
VMBO gemengde leerweg	1
VMBO kader	2
VMBO basisberoepsgerichte leerweg	1

Bijlage 2 Structuur wervingsgesprekken

Voorstellen;

U spreekt met Lindsey Dripal, afstudeerder aan de Haagse Hogeschool. Komt het gelegen dat ik u bel?

Inhoud Project;

Ik ben bezig met een afstudeeropdracht waarbij een pilot project tot stand wordt gebracht om kinderen van een Nederlandse Basisschool "virtueel" kennis te laten maken met de kinderen uit de binnenlanden van Suriname.

Achterliggende gedachte hierbij is dat er op spelenderwijs kennis wordt uitgewisseld van beide werelden & het leren van waarden wat ieder heeft en samen opgroeien met respect voor elkaar in the global village.

Wij willen via de technologische mogelijkheden die er nu de dag zijn een virtuele zandbak creëren waar kinderen van 8 – 10 jaar elkaar kunnen treffen, om bijvoorbeeld met elkaar verhalen uit te wisselen.

Een greep uit de voordelen van dit project voor een Nederlandse basisschool zijn;

- Kinderen leren andere culturen kennen. De wereld wordt naar de kinderen gebracht.
- Kinderen leren al vroeg om te gaan met diversiteit. Nederland is een multiculturele samenleving.
- Stereotypen en vooroordelen worden uit de wereld geholpen.
- Kennis wordt verrijkt

Dit is een vorm van praktijkgericht en spelenderwijs kennis uit te wisselen met kinderen en door kinderen.

Afsluiting;

Ik zou graag met u een afspraak willen maken om persoonlijk meer te kunnen vertellen over dit project en kijken of er mogelijkheden zijn met uw basisschool.

Bijlage 3 Promotiemateriaal Folder

Anansi, samen rijker

Masterplan Web based learning and experience exchange Nederland –
Suriname



Letter of intent, conceived by R.H. da Silva

woensdag 26 maart 2004

Achtergrond

Het plan beoogt met Nederlandse en Surinaamse kennis en expertise, educatieve projecten te ontwikkelen voor de jeugd uit het primair onderwijs in achtergestelde gebieden in Suriname. **Alle inspanningen bij dit plan, van ontwerp tot realisatie, gebeuren op geheel vrijwillige basis en om niet. Er wordt niet gehaald maar gebracht.** Te veel initiatieven lijden in Suriname schipbreuk door defecten op het financiële vlak. Zo schrijft een onderzoeker: "Het project herstel schade onderwijs binnenland" werd noodgedwongen wegens onregelmatigheden stopgezet (zie pagina's bijlage Lessons learned)".

Het masterplan wil binnen de leefsfeer van Surinaamse en Nederlandse kinderen met internet, in de letterlijke zin van het woord, ontwikkelingsondersteuning bieden. In de districten van Suriname zijn er lagere scholen waar de kinderen door gebrek aan middelen tal van kansen mislopen, om verder te komen in hun leven. Van de andere kant wonen zij in het binnenland vaak in bijna paradijselijke gebieden, zonder milieu problematiek, verkeers- en bijvoorbeeld geluidsoverlast. Zaken waar Kinderen in Nederland goed over kunnen meepraten. Maar de Nederlandse kinderen verkeren in materieel opzicht in geheel andere omstandigheden dan de kinderen in het binnenland van Suriname.

De initiatief nemers zijn: Ir. R.R. Pherai stafmedewerker internationale relaties van de TU Delft (015-2783935), dhr H.Bharos, voormalig directeur van de eerste drop-outschool in Suriname, voormalig hoofd jeugdzaken van heel Suriname (06-29481319), en drs. R.H. da Silva docent bij de Afdeling Informatica en de MER van de Haagse Hogeschool. Zij vormen samen de **stuurgroep**. Dr. F.E.R. Derveld van de Universiteit van Groningen deskundig op het terrein van intercultureel management treedt op als adviseur. Voor wat betreft bilinguïstische problematiek is er ondersteuning van dr. I. Mennen van Queen Margarets University College in Edinburgh.



Doel van het project is om via Internet de jeugd van lagere scholen in Nederland en Suriname binnen een educatieve omgeving stelselmatig met elkaar in contact te brengen. Daarbij is het oogmerk, spelenderwijs elkaars leven te verrijken op alle mogelijke manieren. Dat kan zijn samen een stripverhaal schrijven, samen een website bouwen (met technische ondersteuning vanuit de afdeling Informatica van de HHS), samen muziek maken, elkaar helpen bij schoolopgaven of bij het werken aan spreekbeurten over bijvoorbeeld aardrijks-kunde, biologie of geschiedenis. Maar ook ... leren waarderen wat een ieder heeft EN samen (op)groeien

in de global village.

Probleembeschrijving

In de districten van Suriname zijn er lagere scholen waar de kinderen door gebrek aan middelen kansen mislopen om zich volledig te kunnen ontplooiën. Aan het eind van hun lagere school carrière is hun kennispeil in vergelijking tot zogenaamde stadskinderen dermate achtergebleven dat zij hooguit in het vmbo verder zouden kunnen. Maar zelfs die scholen zijn in de districten nauwelijks voorhanden. Het gevolg is dat deze kinderen vanaf hun 12^e de kost moeten gaan verdienen, en gedoemd zijn de rest van hun leven op het niveau van het allerlaagste bestaansminimum door te brengen, evenals hun ouders.

Het masterplan heeft een multidisciplinair karakter en omvat zes deelprojecten.

1. Productontwikkeling en pedagogisch-didactische invulling, uit te voeren door een teamstudenten van vijf derdejaars studenten van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool, HHS. In uitvoering, medio juli 2004 gereed als blauwdruk
2. Marktontwikkeling eveneens door een team van vijf derdejaars studenten van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool. In uitvoering medio juli 2004 gereed
3. Planning ICT infrastructuur en ontwerp van het beheer uitgevoerd door een stagiaire ontwikkeling en beheer van de afdeling Informatica van de HHS. Afgerond in november 2004
4. Opzet en ontwikkeling van een portal en website voor het project, samen met de kinderen; studenten CMD
5. Planning, ontwerp en realisatie van een draadloze satellietverbinding voor internetgebruik.
6. Acquisitie van gedefinieerde hard- en software waaronder ook webcams; uitvoerders nog nader te bepalen.

Ad 1 Dit is een proces waarbij kansrijke product ideeën worden gegenereerd en geselecteerd. Vervolgens moet het meest kansrijke idee uitgewerkt worden tot concreet pilot product. Tenslotte moet een blauwdruk worden ontworpen voor de organisatie die het product moet monitoren. De studenten starten in de eerste week van juni 2004 en leveren hun product begin juli 2004 op.

Ad2 Dit is het proces waarbij de meest geschikte doelgroepen moeten worden geïdentificeerd en gedetailleerd beschreven moeten worden. Vervolgens moet aangegeven worden wat de ingrediënten zijn voor de en optimale marketingmix. Ten slotte zal geschetst worden hoe die ingrediënten verkregen of ontwikkeld kunnen worden. Zo mogelijk wordt contact gelegd met leden van de Lions-club in Suriname. Ook deze studenten starten in de eerste week van juni 2004 en leveren hun product begin juli 2004 op.

Ad 3 Een analyse van communicatie medio voor internet, netwerken, benodigde hard- en software.

Ad 4, 5 en 6 starten in principe per november 2004 en worden dan nader ingevuld. Een randvoorwaarde bij de activiteiten is dat , in principe, alle materiaal vanuit Nederland in principe gratis wordt aangeboden tot en met turn key aflevering op de plaats van bestemming.

Als pilot wordt alle energie geconcentreerd op het dorp Kayana in het **binnenland** van het **district Suriname** in Suriname. Hoe het er daar zo een beetje uitziet toont de foto hierboven.

Geschiedenis

Bosnegers vormen rechtstreekse afstammelingen van de negerslaven. Aan het begin van de 17e eeuw werden zij uit met name West-Afrika getransporteerd. Tegenwoordig vormen de bosnegers 6 verschillende stammen verspreid over verschillende dorpen in het binnenland. De bewoners in het dorp Kayana behoren tot de Saramacangers.



Ligging

Kayana ligt op ongeveer 1 uur vliegen van Paramaribo aan de rivier Gran Rio. Dit dorp is gelegen in het oerwoud in centraal Suriname en vormt feitelijk een onderdeel van het Amazone regenwoud.

Onderwijs

Het stenen schoolgebouw bestaat uit vier leslokalen. Er worden combinatieklassen gevormd door een gebrek aan leerkrachten. De school beschikt over een eenvoudig sport/voetbalveld en een verzamelplaats van zand. De school heeft een constant gebrek aan elementaire zaken zoals boeken, papier, pennen etc. Transport naar de school verloopt veelal te voet of met de boot. Vanuit de overheid wordt het onderwijs in het binnenland wel gestimuleerd, echter de mogelijkheden zijn zeer beperkt.



Doordat lessen verplicht in het Nederlands gegeven worden en de Saramacangers een eigen taal kennen, is de communicatie vaak een groot probleem. Doorstroming naar voortgezet onderwijs in Paramaribo is onzeker door gebrekkig kennisniveau, transport en accommodatie. Alhoewel ook Suriname een leerplicht kent, dragen deze omstandigheden bij aan verzuim.

Het dorp Kayana

Het dorp, direct gelegen aan het plaatselijke vliegveld en de rivier Gran Rio, beschikt over een lagere school alsmede een medische post waar basis medische zorg wordt geboden. Enkele uren per dag wordt er via een aggregaat stroom geboden. Er is een heel klein winkeltje, waar een beperkt aantal basisproducten te koop worden aangeboden. Wegen zijn er niet.



Bewoners leven nog steeds volgens tradities die al 400 jaar bewaard zijn gebleven. Fotografie wordt niet op prijs gesteld tenzij hiervoor uitdrukkelijk toestemming is gevraagd. Geloof is een mengeling van katholicisme en traditioneel geloof.

Middelen van bestaan

Het dorp leeft hoofdzakelijk van het oerwoud. Families voorzien in hun eigen onderhoud door de verbouw van groentes op hun eigen kostgrondje. Sommigen werken in de grote stad of in Frans-Guyana. Benodigde materialen worden via de longboat uit Paramaribo of per vliegtuig aangevoerd.

Verder ligt op een half uur varen het toeristenoord Awarradam op een zeer klein riviereiland. Dit oord kent een aantal traditionele houten hutten op palen bedekt met palmladeren. De hutten zijn zodanig langs de oevers gesitueerd dat elke hut uitzicht heeft op het oerwoud en de rivier waarbij men kan genieten van de natuur en de serene rust. Op dit eiland zijn basis sanitaire voorzieningen zoals toiletten en douches alsmede keukenfaciliteiten en gemeenschapsgebouw aanwezig. Alles in traditionele stijl. Awarradam wordt bezocht door toeristen zowel uit Suriname zelf als door buitenlanders.

Onderhoud, schoonmaak, keuken en bediening worden verzorgd door inwoners uit Kayana. Het dorp is volledig gebouwd door de bewoners van Kayana in samenwerking met 'Mets' te Paramaribo (zie www.metsresorts.com). Een organisatie gespecialiseerd in ecotoerisme in Suriname.



Bijlage 4 Promotiemateriaal Presentatie

Presentatie werving Nederlandse Basisschool

Hieronder zal de inhoudelijke vormgeving van de presentatie die dient om het werven van een Nederlandse basisschool positief te kunnen verwezenlijken weergegeven worden.

Hierbij zal powerpoint een ondersteunende rol bieden en zal de inhoud die daar is toegepast worden aangehouden, dit houdt in dat er per dia een verhaal verteld gaat worden.

Sheet 2 Inleiding Presentatie

Ik zou graag iedereen welkom willen heten bij deze presentatie waar het project Anansi, Samen Rijker centraal zou staan. Ik ben Lindsey Dripal afstudeerder aan de Haagse Hogeschool voor de opleiding Management, Economie en Recht. Ik vertegenwoordig het project Anansi, Samen Rijker en daarvoor verzorg ik de presentatie en Dhr. Da Silva zal mij assisteren bij het beantwoorden van uw vragen.

De inhoud van deze presentatie is als volgt te omschrijven, zoals u op de sheet kunt zien zullen we de volgende zaken gaan bespreken;

- Aanleiding Project Anansi;
- Wat houdt project Anansi in;
- Toelichting weegschaal;
- Toelichting Basisschool in Kayana;
- Rol van Nederlandse Basisschool;
- Beweegreden Nederlandse Basisschool om deel te nemen aan Project Anansi;
- Afsluiting.

Wij staan uiteraard open voor vragen, echter verzoeken wij dit na deze presentatie te doen.

Sheet 3 Basisschoolkinderen Kayana

Dit is een foto waarop alle kinderen van de basisschool Kayana te zien zijn, met deze kinderen, de Nederlandse kinderen en uw inbreng dient het pilot project een succes te worden. Voordat ik hierover verder ga vertellen, gaan we eerst naar het begin wat is de aanleiding geweest om het project Anansi, Samen Rijker op te starten.

Sheet 4 Aanleiding Project Anansi

Voordat er informatie verstrekt kan worden wat Project Anansi inhoudt, dient er te worden gekeken naar de oorzaak waarom het project Anansi tot stand is gekomen. Om de aanleiding zo goed mogelijk in kaart te kunnen brengen, wordt er gebruik gemaakt van de drie hoofdpunten.

In de binnenlanden van Suriname is er gebleken dat de kinderen die daar wonen door gebrek aan middelen vele kansen mislopen om verder in het leven te komen. De mogelijkheden om kennis te kunnen vergaren is zeer beperkt voor deze kinderen en er is een beduidend groot verschil op te merken met het onderwijsniveau in de steden van Suriname. Aan het eind van hun lagere school carrière is hun kennispeil in vergelijking tot zogenaamde stadskinderen dermate achtergebleven dat zij hooguit in het vmbo verder zouden kunnen. Maar zelfs die scholen zijn in de districten nauwelijks voorhanden. Het gevolg is dat deze kinderen vanaf hun 12^e de kost moeten gaan verdienen, en gedoemd zijn de rest van hun leven op het niveau van het allerlaagste bestaansminimum door te brengen, evenals hun ouders.

Het project Anansi heeft een distant learning and experience exchange Nederland – Suriname opgezet, om op deze manier het kennisniveau van een dorp in de binnenlanden van Suriname te verbeteren en wellicht te vergroten.

Doel van het project is om met moderne informatietechnologie de jeugd van lagere scholen in Nederland en Suriname binnen een educatieve omgeving systematisch met elkaar in contact te brengen.

Sheet 5 Wat houdt project Anansi in

Het gaat hier om een pilot project waarbij een lagere school in den Haag en een lagere school in een dorp van Kayana wat in de binnenlanden van Suriname ligt betrokken bij zijn. De leeftijdsklasse van de basisscholen is 10 jaar. Het project Anansi is een pilot, een sociaal experiment dat een duur kent van 6 maanden. Daarbij staan spel en communicatie van 10 jarigen kinderen in de eerste en derde wereld centraal.

Het project Anansi wil de kinderen in Kayana de mogelijkheid bieden om “virtueel” kennis te maken met de kinderen in de westerse wereld, namelijk de kinderen die op de Nederlandse basisschool zitten die gevestigd is in Den Haag. De achterliggende gedachte hierbij is dat er op spelenderwijs kennis wordt uitgewisseld van beide culturen en werelden. Tevens staat het leren van waarden wat een ieder heeft en samen opgroeien met respect voor elkaar in the Global Village.

Het project Anansi zal via de technologische mogelijkheden die er nu de dag toegankelijk is om een virtuele “zandbak” te creëren, waar de kinderen via het internet elkaar kunnen treffen om bijvoorbeeld; verhalen met uit elkaar uit te kunnen wisselen of samen spelletjes te kunnen spelen op het net.

Het project Anansi wil binnen de sfeer van Surinaamse en Nederlandse kinderen met internet, in de letterlijke zin van het woord, ontwikkelingsondersteuning bieden. Het is de bedoeling dat het project in september met eventuele uitloop naar oktober zal starten.

Sheet 6 Toelichting Weegschaal

De weegschaal wat hier in de presentatie centraal staat en op de achtergrond van de diverse sheets te zien is, heeft een aansluitende gedachte bij het project Anansi.

Aangezien uit het plaatje van de weegschaal opgemerkt kan worden dat er geen balans is, maar een evenwicht. Kan deze teruggerelateerd worden aan de situatie waar project Anansi zich mee bezig houdt.

Ten eerste is zoals eerder opgemerkt is een kennisverschil op te merken tussen de kinderen uit Suriname die afkomstig zijn uit de steden en uit de binnenlanden. Aan het eind van hun lagere school carrière is hun kennispeil in vergelijking tot zogenaamde stadskinderen dermate achtergebleven dat zij hooguit in het vmbo verder zouden kunnen. Dit kan terug worden gereflecteerd naar de weegschaal het peilertje die lager ligt kan geschetst worden als de kinderen uit de binnenlanden en het peilertje die hoger ligt kan geschetst worden als de kinderen uit de steden van Suriname. De weegschaal kan hier symbool staan als het kennisverschil waarmee Suriname mee kampt met aan de ene kant de stadskinderen en aan de andere kant de binnenlandse kinderen.

Ten tweede kan de weegschaal ook symbool staan als over de eerste gedachtegang wordt nagedacht kan hier verder op in gegaan worden en kan het kennisverschil tussen Suriname en de westerse wereld worden aangemerkt. Hierbij is het hogere peilertje bij de weegschaal de westerse wereld en het lagere peilertje Suriname.

Kortom met deze gedachtegang en het idee van Project Anansi, wordt er getracht om het kennisverschil op beide gronden te beperken, door de kinderen van beide werelden binnen een educatieve omgeving stelselmatig met elkaar in contact te brengen. Daarbij is het oogmerk, spelenderwijs elkaars leven te verrijken op alle mogelijke manieren.

Sheet 7 Toelichting Basisschool in Kayana

Kayana is veel verder gelegen dan het stuwmeer, het is plus minus een half uur varen vanaf het vliegveld. Het dorp, direct gelegen aan het plaatselijke vliegveld en de rivier Gran Rio, beschikt over een lagere school evenals een medische post waar basis medische zorg wordt geboden. Het stenen schoolgebouw bestaat uit vier leslokalen. Er worden combinatieklassen gevormd door een gebrek aan leerkrachten. Er zitten 80 leerlingen op de lagere school en er zijn 2 onderwijzers, een kanttekening is dat de oudste klas met leerlingen les volgt in het volgende dorp. Doorstroming naar voortgezet onderwijs in Paramaribo is onzeker door gebrekkig kennisniveau, transport en accommodatie.

Het dorp leeft hoofdzakelijk van het oerwoud. Families voorzien in hun eigen onderhoud door de verbouw van groentes op hun eigen kostgrondje. Sommigen werken in de grote stad of in Frans-Guyana. Benodigde materialen worden via de longboat uit Paramaribo of per vliegtuig aangevoerd. Verder ligt op een half uur varen het toeristenoord Awarradam op een zeer klein rivier-eiland. Onderhoud, schoonmaak, keuken en bediening van de accommodaties voor toeristen worden verzorgd door inwoners uit Kayana.

Kayana krijgt al Nederlandse hulp aangeboden, die onderwijzers uit Nederland over te brengen naar Kayana die daar les geven aan de basisschoolkinderen voor een periode van een jaar. Dit is ondernomen, doordat er twee mogelijkheden waren voor de binnenlandse schoolkinderen in Suriname. De eerste mogelijkheid is urbanisatie, plattelandskinderen opvangen in de stad, kansen wel overwegen, maar niet dwingen. De tweede mogelijkheid is om mogelijkheden te ontwerpen in een dorp, bijvoorbeeld het bouwen van een middelbare school en deze toe te spitsen voor bijvoorbeeld drie dorpen in de binnenlandse gebieden van Suriname. De laatste mogelijkheid is ondernomen, echter door het feit dat er geen onderwijzers uit Suriname les willen geven in de binnenlanden en hier voor een jaar willen gaan bivakkeren, is er gezorgd dat er Nederlandse leerkrachten deze taak op zich nemen.

Het dorp heeft beschikking over stroom door middel van zonnepanelen en ze hebben ervaring met Nederlandse mensen, daarnaast zorgen de onderwijzers ervoor dat de inheemse bevolking de Nederlandse taal onder de knie kunnen krijgen. Doordat er weinig middelen en bronnen zijn om de taal onder de aandacht te kunnen brengen bij de bevolking, zijn de onderwijzers onmisbaar.

Sheet 9 Toelichting Rol Nederlandse Basisschool

De Nederlandse basisschool heeft meer een ondersteunende rol richting de kinderen toe. Het is de bedoeling dat de kinderen zelf alles gaan ondervinden en nieuwe dingen met elkaar gaan ontdekken, waardoor ze hier zo min mogelijk hulp gaan krijgen van docenten. De rol van de Nederlandse basisschool is meer een promotie rol, de kinderen enthousiast maken om contact te zoeken met de kinderen uit Kayana en ze spelenderwijs kennis opdoen van elkaars werelden.

Het is van groot belang voor het project dat er grote enthousiasme en commitment aanwezig is bij uw basisschool. Zonder deze belangrijke factoren kan voor uw basisschool en voor het project niet bevorderlijk werken, daarnaast dient de dienst die het project aanbiedt een naschoolse activiteit te beslaan, hierdoor zouden de kinderen in hun vrije tijd aandacht moeten besteden en uitgedaagd worden om contact met de binnenlandse kinderen te zoeken. Hierbij komt de rol van de basisschool om de hoek kijken, het idee zo enthousiast maken bij de kinderen van groep 6 en ze er toe aanzetten om te zorgen dat ze daadwerkelijk contact gaan zoeken met de Surinaamse kinderen.

Er dient door de leraar van groep 6 aandacht en verantwoording te worden gedragen aan het project en aandacht te worden geschonken aan de kennis- en communicatie uitwisseling. Dat kan gerealiseerd worden door het onderwijspakket van groep 6 aan te kunnen sluiten op het project, door opdrachten mee te geven aan de Nederlandse basisschoolkinderen, zodat ze op die manier enige verplichtingen hebben om te communiceren met de kinderen. Daarnaast kunnen de Nederlandse kinderen hun avonturen met de Surinaamse kinderen kwijt te kunnen in een wekelijks opstel of groepsgesprek.

Sheet 10 Beweegreden voor de Nederlandse basisschool om deel te nemen aan het project

Het project zorgt voor een nieuwe dimensie van educatief spelen en zorgt indirect wellicht direct voor een invulling op het gebied van onderwijs.

Het project zorgt er tevens voor dat kinderen leren uit de eerste en derde wereld elkaar leren kennen en dus ook hun cultuur, normen en waarden en leefsituatie. De wereld wordt als het ware naar de kinderen toegebracht.

Mede door het project kunnen de Nederlandse kinderen leren al vroeg om te gaan met diversiteit en met maatschappelijke betrokkenheid. Daarnaast kan dit direct weer worden gerelateerd aan de multiculturele samenleving die in Nederland is.

Doordat ieder mens vooroordelen en stereotypen, subjectieve beeldvorming over andere bevolkingsgroepen en deze uit naar andere mensen, kan het voorkomen dat kinderen op vroege leeftijd met deze subjectieve beeldvorming en meningvorming te maken krijgt, hierbij is het belangrijk dat de kinderen eerst zelf dingen gaan ondervinden en meemaken en hun eigen beeld, die in dit geval gebaseerd kunnen worden op objectieve zaken en factoren. Ze krijgen de naakte waarheid te zien die door kinderen gecreëerd worden en opgepikt worden door kinderen.

Het project staat in het teken en streeft naar Kennis- & Cultuurverrijking voor kinderen uit Nederland, maar ook voor de kinderen uit de binnenlanden van Suriname.

Dit is een greep van de beweegredenen die er zijn voor u om mee te doen aan het pilot project Anansi, Samen Rijker, waar de kinderen van beide landen voor op staan en deze met elkaar gaan ondervinden hoe de wereld eruit ziet en andere educatieve zaken spelenderwijs gaan uitvoeren. Wij hopen in dit opzicht dat u de kinderen van groep 6 van uw basisschool de kans geeft om mee te mogen doen met dit project.

Ik wil in dit opzicht nog benadrukken dat het hier gaat op een pilot project van 6 maanden en dat het een buitenschoolse activiteit is dat kinderen in hun eigen vrije tijd de kinderen uit de binnenlanden van Suriname dienen op te zoeken op de speciale gecreëerde website.

Sheet 12 Afsluiting

Ik wil u bedanken voor uw aandacht en tijd die u vrij heeft gemaakt om ons verhaal aan te willen horen en wij hopen dat wij uw basisschool centraal mogen centraal in ons pilot project en dat we de kinderen van uw basisschool een extra toegevoegde waarde mogen meegeven.

U bent nu in de mogelijkheid om vragen te mogen stellen, nogmaals bedankt voor het luisteren.

Bijlage 5 Krachtveldanalyse

Als projecten mislukken, ligt de oorzaak daarvan vaak niet in een slechte Work Breakdown Structure¹⁸ (WBS) of een gebrek aan planning en controle. Ook en vooral het spel van belangen en interpersoonlijke krachten in de projectomgeving plaatst een uitvoerder van een project geregeld voor onplezierige verrassingen. Het is van groot belang om vanaf het begin van het project zicht te krijgen en te houden op de krachten en belangen die met het project Anansi gemoeid zijn, en de veranderingen die zich daarin voordoen. Inzicht in het krachtenveld is medebepalend voor de strategie die voor het project Anansi wordt uitgezet.

Om het belang van een krachtenveldanalyse te benadrukken, kan men stellen dat een technisch geslaagd projectresultaat in de praktijk geen waarde heeft als de projectuitvoerder er niet in slaagt een draagvlak te creëren voor dat resultaat.¹⁹

Relatiebeheer vraagt inzicht in het krachtenveld rond het project; wie zijn er allemaal vanuit welke positie en welk belang bij het project betrokken?

In dit hoofdstuk wordt er nader ingegaan op het aspect krachtenveld. In paragraaf 1.1 staan de vragen als het hoe, waarom en wanneer van de omgevingsanalyse die uitgevoerd dient te worden om beter inzicht te krijgen in de krachten en belangen in de projectomgeving. De daarop volgende paragrafen beschrijven twee specifieke instrumenten voor omgevingsanalyse en kent de volgende indeling in dit hoofdstuk; Paragraaf 1.2 de krachtenveldanalyse;

Paragraaf 1.3 de SWOT – analyse;

Paragraaf 1.4 conclusies.

§ 1.1 Achtergronden omgevingsanalyses

Voor het welslagen van een project is het nodig voortdurend zicht te hebben op de risico's die het project kunnen bedreigen, en deze risico's uit de weg te ruimen. Een omgevingsanalyse is een specifieke risicoanalyse voor de interne kant van het project. In een omgevingsanalyse onderzoekt het team de belangen, energie, posities, relaties en de politieke context van het project. Juist bij een project vertonen allerlei betrokken vaak "*politiek gedrag*", dat wil zeggen dat ze op een informele manier hun invloed of macht inzetten voor hun eigenbelang of het belang van een bepaalde groep die iets met het project te maken heeft. Het resultaat van een omgevingsanalyse is informatie die leden van een project meer greep geeft op hun project, aangezien deze informatie hen in staat stelt actief te interveniëren in de omgeving. De uitkomsten van de omgevingsanalyse leiden er dan ook vaak toe dat er extra activiteiten wordt opgenomen in het activiteitenplan.

Voor het uitvoeren van omgevingsanalyses zijn meerdere instrumenten beschikbaar, zoals hierboven al benoemd is. De krachtenveldanalyse is vooral bruikbaar om zicht te krijgen op de houding van de verschillende betrokkenen ten opzichte van het project, hun belang daarbij en de (kwaliteit van de) onderlinge relaties. Het is de meest complete omgevingsanalyse van een project. De beïnvloedings- en de SWOT – analyse zijn inzetbaar voor specifieke vragen.

§ 1.2 Krachtenveldanalyse

Object van onderzoek is het relatiepatroon tussen de belangrijkste spelers in het krachtenveld en hun houding tegenover het project. Het is een "politieke" analyse, in die zin dat de aandacht vooral uitgaat naar thema's als belangen, macht, mede – en tegenstanders en persoonlijke relaties. De uitkomsten worden gebruikt om actief en gericht te interveniëren in het krachtenveld en daardoor de kans op slagen van het project te vergroten. Een volledige krachtenveldanalyse bevat zes stappen:

Stap 1 *Actorenanalyse*: wie zijn betrokken bij het project?

Stap 2 *Energieprofiel*: hoe gedragen de betrokken zich ten aanzien van het project?

Stap 3 *Relevantieanalyse*: Hoe belangrijk zijn de betrokken voor het project?

¹⁸ Work Breakdown Structure (WBS) is een instrument die gebruikt wordt bij het bepalen welke projectactiviteiten moeten worden uitgevoerd om het projectresultaat te kunnen bereiken.

¹⁹ Projectmatig Creëren, J. Bos en E. Harting, 12^{de} druk, Scriptum Books, Schiedam, ISBN nummer 90 – 5594 – 122 – 0

- Stap 4 *Projectkaart*: Hoe kan deze informatie visueel worden gemaakt?
Stap 5 *Relatieanalyse*: Wat is de kwaliteit van de belangrijkste relaties?
Stap 6 *Risicogebieden*, en op basis daarvan, *Conclusies*; wat staat de uitvoerders te doen?

Stap 1 Actorenanalyse

De eerste stap in de krachtenveldanalyse is een lijst op te stellen van belanghebbenden bij het project. Die is nodig om helder in beeld te krijgen wie welke rol(len) vervult²⁰.

Intern	Rollen
1. Initiatiefnemers / Management	Beleid, Coördinatie & Sturing
2. Vijf 3 ^{de} jaarsstudenten van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool	adviesrapport/blauwdruk productontwikkeling
3. Vijf 3 ^{de} jaarsstudenten van afdeling MER van de Haagse Hogeschool	adviesrapport marktontwikkeling
4. 3 ^{de} jaarsstudenten van de afdeling Informatica opleiding CMD van de Haagse Hogeschool	Opzet & ontwikkeling portal en website
5. Afgestudeerde van de afdeling Informatica van de Haagse Hogeschool	Inrichting & ontwerp van de technische infrastructuur
6. 1 ^{ste} Afgestudeerde van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool	Uitwerken van een implementatieplan totaalproject, Marketingtraject verzorgen & ondersteunende rol aan management
7. 2 ^{de} Afgestudeerde van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool	Realisatie proefopstelling & organiseren van middelen om dat te kunnen realiseren
8. Stagiaire van de afdeling MER van de Haagse Hogeschool	Implementatie uitvoeren en controle bewaken
Extern	Rollen
9. Stichting Kayana	afstemming, medewerking verlenen & informatie verstrekken over maatschappelijk belang in het dorp
10. Bedrijfsleven	Schenken / sponsoren van de middelen die bij de aangeboden dienst van toepassing zijn
11. Haagse Hogeschool	Naam dragen aan het project en deze verder vertegenwoordigen
12. Sleutelfiguren universiteiten, onderzoeken en adviescommissies	Advies en ondersteuning bieden de uitvoering en totstandkoming van de dienst
13. Relaties van de interne betrokken	Ondersteuning / sponsoren van de middelen die

²⁰ Projectmatig Creëren, J. Bos en E. Harting, 12^{de} druk, Scriptum Books, Schiedam, ISBN nummer 90 – 5594 – 122 – 0

	bij de aangeboden dienst van toepassing zijn
14. Sleutelfiguren Haagse Hogeschool	Draagvlak en steun bieden

Bij het hierboven schema staan de werkzaamheden van het project met daar elk de groep die deze onder zijn hoede heeft. Bij krachtenveldanalyse dient de lijst van de betrokken worden ingedeeld in de volgende vier segmenten:

1. *Eindverantwoordelijken voor strategie & aansturing voor het project*
Dit komt voor rekening van de 1^{ste} afstudeerder (Lindsey Dripal) in het bovenstaande kader, aangezien zij in deze rol het eerste aanspreekpunt en verantwoording draagt dat het project verder uitgevoerd dient te worden en dat ze toezicht houdt dat de openstaande en de bijkomende activiteiten in de verdere planning en verloop uitgevoerd dient te gaan worden. Tevens zal zij een marketingcommunicatieplan voortbrengen met daaropvolgend een implementatieplan schrijft hoe het project het beste ingevoerd kan worden. Tevens wordt hiermee rekening gehouden dat de contacten die er gelegd zijn behouden wordt en er een protocol geschreven dient te worden hoe hier mee omgegaan dient te worden. Dit voert ze uit onder directe leiding van de initiatiefnemers van het project, ze zal alles direct terugkoppelen en adviseren naar hen toe over de stand van zaken en verdere verloop van de gelegde contacten. Na haar afstudeertraject in juli zal deze functie uit handen worden gegeven en zal de verantwoording weer terug worden gelegd bij de initiatiefnemers, deze kunnen zelf de keuze maken om een nieuwe student te werven om het verdere verloop en aansturing van het project onder zijn of haar hoede te nemen.
2. *Leveranciers van capaciteit*
Hieronder vallen in principe de initiatiefnemers, alle afstudeerders en de aankomende stagiaire in dit midden, aangezien zij in de mogelijkheid zijn om capaciteit aan te werven en studenten hulp te vragen bij deskundige vraagstukken die gemoeid zijn met het uitvoeren van het project. Hierdoor kunnen ze gebruikmaken van hun relaties die ze hebben opgedaan in hun studietijd en kunnen ze de faciliteiten en human capital binnen de diverse opleidingen werven voor het project, zodat er kwaliteit en deskundigheid wordt gewaarborgd binnen het project. Tevens kunnen hier de bedrijven en instellingen toegerekend worden
3. *Uitvoerders van het project*
Partijen die in het voorgaande benoemd zijn tot leveranciers kunnen in de meeste gevallen ook benoemd worden tot uitvoerders van het project. Zoals uit het bovenstaande schema blijkt heeft elke partij een onderdeel c.q. activiteit die afgerond dient te worden met een adviesrapport. Hierdoor kan je stellen dat de afstudeerders en studentengroepen de rol van uitvoerder op zich heeft genomen of gaat nemen om zo haar of zijn bijdrage te kunnen vervullen in het project. Uit het bovenstaande schema blijkt, welke afstudeerder of studentengroep taak op zich heeft genomen, uiteraard gebeurt dit onder toezicht van de initiatiefnemers die hier de kwaliteit bewaakt en een controlerende functie vervult. Tevens kunnen de uitvoerders van het project hulp vragen om deskundigheid van de initiatiefnemers in te winnen om zo de kwaliteit en de verdere voortgang van het project te kunnen behouden.
4. *Gebruikers van het project*
De gebruikers van de dienst die het project heeft gecreëerd zijn de kinderen van 8 – 10 jaar die op de gekozen basisschool zitten in Den Haag en de basisschoolkinderen van het dorp Kayana dat in de binnenlanden van Suriname ligt. Zoals het er nu naar uitziet is dat de server via het Haagse Hogeschool zou gaan lopen, hierdoor zouden de mensen van automatisering enige last kennen als er problemen ontstaan met de server over andere technische problemen. Aangezien de controle en bewaking in handen blijft van de Nederlandse autoriteiten gedurende de zes maanden waar het experiment in start en eindigt. Tevens dient er een persoon aangewezen te worden, die de controle en kwaliteit bewaakt en evalueert hoe het project uitpakt. Zodat deze bevindingen meegenomen kan worden in de beslissing of het productconcept toegepast kan worden in een ander dorp in de binnenlanden van Suriname en bij een andere Nederlandse basisschool. Tevens kunnen de problemen die zich tijdens het experiment naar voren komen, worden voorkomen in de tweede uitvoering.

Stap 2 Energieprofiel

Nadat in stap 1 de betrokkenen weergegeven zijn, wordt in stap 2 onderzocht of de houding en energie van deze betrokkenen ten opzichte van het project. Daarvoor kunnen allerlei indicaties worden gebruikt, echter zal in dit geval gekozen worden voor de indicaties; belangen in, verwachtingen van en beelden over het project en waarneembaar gedrag. Zodra hierbij een beeld is gevormd over de houding en energie van elke betrokkene, beschrijft het deze indicatoren met behulp van het energieprofiel (zie onderstaande figuur). In dat energieprofiel staat kort vermeld of het project voor de persoon in kwestie belangrijk of onbelangrijk is, een bedreiging dan wel een kans, en welk belang hij/zij heeft bij het project. Dit wordt ondersteund met een kleur die aangeeft hoe hoog deze energie is.

- Positief ondersteunend ten aanzien van het project => *groen*
- Negatief tegenwerkend => *Rood*
- Neutraal of onbelangrijk => *Oranje*
- Een onbekende energie / houding => *Zwart*²¹

In het onderstaande figuur worden de bevindingen over de bovenstaande gegeven verwerkt voor elke betrokkene van het project.

Voor de betrokkene is het project.....	Omdat het project een.....	Omschrijving belang	Houding / energie
1 Belangrijk	Kans is	Hebben idee/concept ontwikkeld en plannen en stappen ondernomen om het te gaan realiseren	Groen
2 Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een positieve uitwerking op de CV van de studenten	Oranje
3 Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een positieve uitwerking op de CV van de studenten	Oranje
4 Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een	Oranje

²¹ Projectmatig Creëren, J. Bos en E. Harting, 12^{de} druk, Scriptum Books, Schiedam, ISBN nummer 90 – 5594 – 122 – 0

		positieve uitwerking op de CV van de studenten		
5	Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een positieve uitwerking op de CV van student. Tevens betrokkenheid met het land Suriname en vind het belangrijk om zijn kennis en energie in dit project en doel te kunnen steken	Groen
6	Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een positieve uitwerking op de CV van student. Tevens betrokkenheid met het land Suriname en vind het belangrijk om zijn kennis en energie in dit project en doel te kunnen steken en werkervaring opdoen	Groen
7	Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast heeft het project een positieve uitwerking op de CV van student. Tevens betrokkenheid met het land Suriname en vind het belangrijk om haar kennis en energie in dit project en doel te kunnen steken en werkervaring opdoen	Groen
8	Belangrijk	Kans is	Kunnen met het neer leggen van een goed rapport studiepunten behalen. Daarnaast	Oranje / Groen

		heeft het project een positieve uitwerking op de CV van student. Tevens betrokkenheid met het land Suriname en vind het belangrijk om zijn / haar kennis en energie in dit project en doel te kunnen steken en werkervaring opdoen	
9	Neutraal	Project kan een bedreiging vormen	Zwart
10	Weten we niet / Neutraal	Kans is	Oranje
11	Belangrijk	Kans is	Rood
12	Belangrijk	Kans is	Groen
13	Weten we niet / Neutraal	Kans is	Oranje
14	Weten we niet / Neutraal	Bedreiging kunnen vormen	Rood

Stap 3 Relevantieanalyse

In stap 2 zijn de belangen beschreven van de betrokken bij het project en vervolgens daaruit hun energieprofiel afgeleid. De volgende stap is te beschrijven wat de relevantie, het belang van elke betrokkene is voor het project. Hoe hard heeft het project de persoon/groep in kwestie nodig en waarvoor? Hiertoe worden drie categorieën onderscheiden in de bijdrage, namelijk belangrijk, neutraal of niet belangrijk. Hieronder zal wederom in een figuur de bevindingen voor elke groep naar voren komen over het belang van hun bijdrage bij het project.

De bijdrage is.....	Omschrijving bijdrage.....	Randvoorwaarden zijn.....
1. Belangrijk	Beleid, Coördinatie & Sturing	Overige projectleden moeten energie erin steken om adviesrapporten op tafel te kunnen leggen en hun deskundigheid te horen laten geven welke mogelijkheden van toepassing en haalbaar zijn voor het project
2. Belangrijk	adviesrapport/blauwdruk productontwikkeling	Begeleiding vanuit de initiatiefnemers moet goed zijn en doelstelling en verwachtingen dienen goed geformuleerd te zijn
3. Belangrijk	adviesrapport marktontwikkeling	Begeleiding vanuit de initiatiefnemers moet goed zijn en doelstelling en verwachtingen dienen goed geformuleerd te zijn
4. Belangrijk	Opzet & ontwikkeling portal en website	Begeleiding vanuit de initiatiefnemers en de afstudeerders dienen goed te zijn, wat voor product dienen ze te zien en welke functies dient deze te bezitten
5. Belangrijk	Inrichting & ontwerp van de technische infrastructuur	Productontwikkeling dient volbracht te zijn, voordat aan de inrichting en ontwerp verder gegaan kan worden. Tevens dient de begeleiding vanuit de initiatiefnemers goed te zijn en doelstelling en verwachtingen dienen goed geformuleerd te zijn
6. Belangrijk	Uitwerken van een implementatieplan totaalproject, Marketingtraject verzorgen & ondersteunende rol aan management	Marktontwikkeling dient volbracht te zijn, voordat er verder gegaan kan worden met het marketingtraject. Implementatieplan kan geschreven worden als de voorgaande producten op tafel liggen. Tevens dient de begeleiding vanuit de initiatiefnemers goed te zijn en doelstelling en verwachtingen dienen goed geformuleerd te zijn
7. Belangrijk	Realisatie proefopstelling &	Productontwikkeling, inrichting

	organiseren van middelen om dat te kunnen realiseren	& ontwerp van de technische infrastructuur dient afgerond te zijn, zodat deze uitkomst verder uitgewerkt kunnen worden in een proefopstelling. Tevens dient de begeleiding vanuit de initiatiefnemers goed te zijn en doelstelling en verwachtingen dienen goed geformuleerd te zijn. Daarnaast moet er binnen de informatica opleiding mensen beschikbaar zijn om ondersteuning en deskundigheid te bieden aan de realisatie van de proefopstelling en computers dienen geworven te zijn om proefopstelling te kunnen realiseren.
8. Belangrijk	Implementatie uitvoeren en controle bewaken	Is mogelijk als alle voorgaande producten, activiteiten uitgevoerd zijn en goedgekeurd zijn om verder mee te werken. In deze laatste fase dient de implementatie uitgevoerd te worden en de kwaliteit worden bewaakt.
9. Neutraal	afstemming, medewerking verlenen & informatie verstrekken over maatschappelijk belang in het dorp	Dat de initiatiefnemers en de betrokken van het project op dat moment, een gesprek aan gaan met de partij om te kijken of er een samenwerkingsverband mogelijk is $1 + 1 = 3$, promoten van het project en kijken of een samenwerking stand zou houden en een win situatie op kan leveren
10. Belangrijk	Schenken / sponsoren van de middelen die bij de aangeboden dienst van toepassing zijn	Instructies opvolgen van initiatiefnemers en gesprekken aangaan met bedrijven om project te kunnen verkopen, zodat op deze manier middelen geworven kunnen worden. Marketing/communicatieplan dient af te zijn.
11. Neutraal	Naam dragen aan het project en deze verder vertegenwoordigen	Dat de initiatiefnemers en de betrokken van het project op dat moment, een gesprek aan gaan met de partij om te kijken of er een samenwerkingsverband mogelijk is $1 + 1 = 3$, promoten van het project en kijken of een

		samenwerking stand zou houden en een win situatie op kan leveren
12. Belangrijk	Advies en ondersteuning bieden de uitvoering en totstandkoming van de dienst	Inzicht hebben wat voor producten er geleverd zijn en hierop anticiperen en bepaalde zaken aanvullen of met een andere kijk beredeneren welke mogelijkheden beter toegepast kan worden
13. Neutraal	Ondersteuning / sponsoren van de middelen die bij de aangeboden dienst van toepassing zijn	Dat de initiatiefnemers en de betrokken van het project op dat moment, een gesprek aan gaan met de partij om te kijken of er een samenwerkingsverband mogelijk is $1 + 1 = 3$, promoten van het project en kijken of een samenwerking stand zou houden en een win situatie op kan leveren
14. Belangrijk	Draagvlak en steun bieden	Inzicht hebben wat voor producten er geleverd zijn en hierop anticiperen en bepaalde zaken aanvullen of met een andere kijk beredeneren welke mogelijkheden beter toegepast kan worden

Stap 4 Projectkaart

In deze stap wordt vanuit het materiaal uit de eerste drie stappen een zogenoemde “projectkaart” gemaakt. De namen van de betrokken uit de actorenanalyse worden daartoe geplaatst in het segment waar ze behoren. Met de afstand, waarop de betrokkene gepositioneerd wordt ten opzichte van het centrum, wordt aangegeven wat het belang is van zijn bijdrage. Er kan gesteld worden dat het centrum van het project de initiatiefnemers zijn, daarom heen hangen naar gelang het dichtste bij de afstudeerders en iets verder daarvan af de studentengroepen. De afstudeerders zijn dichterbij het centrum, doordat ze zich meer betrokken voelen door de grote verantwoordelijkheid en zien de ernst van zaak beter in wat hun rol binnen het project is. Bij de studentengroepen echter is het allemaal nog wat speelser en is de kern van het project minder vanzelfsprekend en stellen ze hogere eisen aan het halen van hun studiepunten, dan een inhoudelijk en vakkundig rapport te schrijven.

Bij de externe partijen die schematisch weergegeven zijn in de diverse tabellen, blijkt de betrokkenheid en de bijdrage minder te zijn in tegenstelling tot de interne betrokkenen. Deze zullen in het algemeen ook verder weg staan van het project en is het idee allemaal wat abstracter en dienen deze partijen geprikkeld te worden om hun bijdrage te kunnen verwerken in het project. Hier dient de interne partij de externe partij op te zoeken en een gesprek mee aan te gaan om de duwtje in de rug te geven zodat ook de neuzen van deze mensen de juiste richting op gaan staan en inzien dat ook zij gebaat zijn bij het invoeren van het project.

Stap 5 Relatieanalyse

Zoals uit de voorgaande stappen blijkt zijn er heel veel diverse partijen betrokken bij het proces om het uiteindelijke project te kunnen uitvoeren. Doordat er zoveel diverse partijen en dus diverse soorten mensen betrokken zijn, dient er een duidelijke en gestructureerde doelstelling op papier te staan wat het doel is voor het project en wat de mogelijkheden hiervoor zijn. Als dat duidelijk is bij alle betrokken mensen, is het de kunst om de neuzen van deze mensen op dezelfde richting te behouden. Dit is mogelijk door een marketingcommunicatieplan op te stellen, waarin de communicatiemogelijkheden met partijen onderling genoteerd staat en aan een bepaalde structuur dient te voldoen. Zodat op deze manier in alle gevallen altijd hetzelfde verhaalkern verteld wordt tegen een externe partij. Daarnaast dienen de rollen bij de interne partijen duidelijk uitgestippeld te zijn, met elk een takenpakket toegewezen. Zodat eveneens hier geen onduidelijkheden kunnen bestaan en zodat altijd de juiste persoon aangesproken kan worden als bepaalde zaken niet naar behoren verlopen. In het marketingcommunicatieplan komt de communicatielijnen en doelstellingen uitgebreid aan bod.

Stap 6 Risicogebieden & (op basis daarvan) conclusies

Het projectlid is nu in staat om consequenties te verbinden aan informatie die door middel van de voorgaande stappen is gegenereerd. Bij het interpreteren van die informatie en het formuleren van actieplannen dient het project zich vooral op de volgende factor te richten;

Belangrijke actoren met een positieve houding

Vragen die hier in het midden gesteld kunnen worden is, Hoe kan er optimaal gebruik worden gemaakt van de invloed van deze partijen kunnen uitoefenen op het krachtenveld? En Hoe kan er gezorgd worden dat ze enthousiast blijven over het project?

Zoals eerder is gezegd ligt de risico's van het project dat naar tijdsgelang bepaalde producten niet of later behaald worden, doordat er te maken is met externe partijen zoals het bedrijfsleven die de middelen dienen te sponsoren, als die middelen binnen zijn kan er pas een proefopstelling gerealiseerd worden. Dit is een belangrijk aspect om in het vizier te houden en niet uit het oog te verliezen, daarnaast dient de initiatiefnemers in het midden een motiverende en duidelijke rol te vervullen. Met een motiverende en duidelijke rol wordt van hen verwacht dat ze hun verwachtingen en doelstellingen scherp stellen en deze niet om de haverklap zullen wijzigen, zodat in elke deelproduct een consistentie en bruikbare producten op tafel liggen die gebruiksvriendelijk zijn en niet meer herschreven dienen te worden.

Daarnaast is er een risico te constateren door de grote deskundigheid wat bij dit project om de hoek komt kijken en de diversiteit van deze, hierbij is de rol van de mensen die het project aansturen dat er duidelijke afbakeningen gelden. Zodat op deze manier ieder met zijn eigen deskundigheid en activiteit bezig kan houden, daarnaast dient al uitgaande stukken vooraf aan de initiatiefnemer te laten zien en zodat op deze manier de professionaliteit wordt gewaarborgd.

Een actie wat uit het bovenstaande verhaal geconcludeerd kan worden is dat er veel en diverse partijen bij het project betrokken zijn, doordat je met de diversiteit van deze te maken heb is het belangrijk dat je weet hoe hier mee gecommuniceerd dient te worden en welke doelstelling hierbij in het vizier dient te worden gehouden. Er kan geconcludeerd worden dat er een marketingcommunicatieplan geschreven dient te worden, zodat er richtlijnen en een protocol op tafel ligt hoe dient om te gaan met de professionaliteit en loyaliteit richting de diverse partijen.

§ 1.3 SWOT – Analyse

De SWOT – analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) combineert het oordeel over het intern functioneren van het project (de sterke en zwakke punten) met een beschrijving wat er op het project afkomt (de kansen en bedreigingen) vanuit de omgeving. Terwijl het krachtenveldanalyse vooral gericht is op (de houding van en de relaties tussen) de spelers die bij het project betrokken zijn. Doordat de SWOT – analyse de beoordeling van de “binnenkant” van het project combineert met de beoordeling van de kansen en bedreigingen van de omgeving, is het instrument bij uitstek geschikt voor het bepalen van de projectstrategie. Belangrijke vragen daarbij zijn;

- Welke kansen in de omgeving van het project kan het projectteam benutten door het gebruik te maken van de sterke aspecten van het project?
- Welke bedreigingen kan het projectteam afwenden door het gebruik te maken van de sterke kanten van de projectorganisatie?
- Welke zwakke kanten verhinderen het projectteam kansen te benutten?
- Welke zwakke kanten zorgen ervoor dat bedreigingen van buiten ernstige risico's vormen voor het project?

Welke kansen in de omgeving van het project kan het projectteam benutten door het gebruik te maken van de sterke aspecten van het project?

De kansen in de omgeving van het project wat door het projectteam benut kan worden is allereerst waaruit het idee is ontstaan, kennisachterstand in de binnenlanden van Suriname en de opkomende technologie die het hedendaags biedt, dat waren de belangrijkste ontwikkelingen om tot een het idee concept te komen. De kansen in de omgeving van het project kunnen als volgt worden geformuleerd die invloed hebben op de sterke aspecten van het project;

- Omgeving waar het project Anansi gehuisvest is biedt sterke kansen om human capital aan te werven voor het project. Aangezien het project vanuit de Haagse Hogeschool werkt, heeft deze toegang tot kennis van studenten die bereid zijn om vanuit hun opleidingseisen werk uit te voeren voor het project. Hier valt te denken aan afstudeeropdrachten, stages en externe projecten die studenten dienen te vervullen om hun studiepunten te kunnen behalen.
- Nederland heeft een multiculturele samenleving en deze trend zet zich door in de toekomst, dit is een interessante en positieve ontwikkeling voor het project. Aangezien het project doel heeft om de kennisachterstand in ontwikkelende landen en gebieden aan te pakken. Kan het positief uitwerken deze mensen die betrokken zijn met het land te bereiken, waardoor het makkelijker is om bepaalde zaken en middelen gedaan te krijgen.
- De verschillen tussen landen worden door communicatiemogelijkheden onder de aandacht gebracht bij mensen in welvarende landen. Hierdoor wordt er verschillen opgemerkt over het leven in de diverse landen en wordt er opgemerkt dat het in sommige landen beter is om te leven in vergelijking met een land. Hierdoor is er de afgelopen jaren een trend ontstaan bij de welvarende landen om de ontwikkelde landen een helpende hand te bieden, deze kan heel breed gezien worden van medische hulp tot het ondersteunen van technologieën in de land- en tuinbouw. Er is een dwang van uit de Nederlandse bevolking om hun kennis en middelen te delen met mensen die hier echt baat bij hebben, met deze trend in het perspectief kan er interesse en enthousiasme behaald worden bij particulieren en bedrijven bij mensen die hier dichtbij staat.
- Basisscholen die Den Haag rijk is benaderd, door de grote aantallen van deze die in Den Haag te vinden zijn, kan er eventueel afgeweken worden van de doelgroepsegmentatie om alsnog het pilot project met een andere soort basisschool uit te voeren.
- Door de welvarendheid in Nederland beschikt bijna elke gezin wel over een pc met internetverbinding, dit is een positieve ontwikkeling, aangezien het project een buitenschoolse activiteit betreft. Waar de kinderen van de gekozen basisschool in hun vrije tijd contact dient op te zoeken met de basisschoolkinderen in Kayana.

Welke bedreigingen kan het projectteam afwenden door het gebruik te maken van de sterke kanten van de projectorganisatie?

- Onbekendheid met het project Anansi kan worden afgezwakt door de naam van Haagse Hogeschool te laten vallen, aangezien deze in Nederland en de verdere omstreken bekendheid heeft.
- Basisschool dient verantwoording te dragen en zich voor de volle 100% in te zetten, echter worden zij ondersteund door studenten van de Haagse Hogeschool, waardoor de werkdruk van de betrokkene leraar wordt afgenomen.
- Bedrijven kunnen achterdochtig zijn als er telefonische acquisitie wordt uitgevoerd om middelen te werven om internetverbinding tot stand te kunnen brengen voor Kayana een dorp in de binnenlanden van Suriname, echter door de expertise en de naam waar het project verbonden aan is wordt dit verminderd.
- Het werven van human capital dient met zorg te worden gedaan, gebeurt dit niet dan kan dit het project negatief beïnvloeden en kan het project een slechte naam krijgen.
- Het project kan tegenstrijdige gevoelens oproepen, doordat vele initiatieven in het verleden stuk zijn gelopen door hebzucht en het halen hier centraal stond. Dit kan worden afgezwakt door het feit dat de mensen van het project alles op vrijwillige basis doen en de expertise van het project is dat er niet wordt gehaald maar gebracht.
- Door het project in te delen in mensen die kennis hebben op een bepaald vakgebied, blijft de kwaliteit en kennis gewaarborgd binnen het project. Er zal niet voorkomen dat iemand ergens wordt ingezet, als er geen 100% zekerheid is bedwongen dat ze dit aan kunnen. Het wervings- en selectietraject zijn hierop afgestemd.

Welke zwakke kanten verhinderen het projectteam kansen te benutten?

- Door het feit dat er op vrijwillige basis gewerkt wordt aan het project en de uitvoerders studenten zijn, is het grootste gevaar dat zij niet de gehele dag beschikbaar zijn om deze taken uit te voeren. Zij hebben naast de uitvoering van hun taken van het project ook te maken met andere verplichtingen binnen hun opleiding.
- Daarnaast kan er niet snel tot actie worden overgegaan door een student als hij met een externe partij in bespreking is, aangezien er terug gereflecteerd dient te worden met de initiatiefnemers of andere interne betrokkenen. Hierdoor verliest men veel tijd en kan dat uiteindelijk als resultaat op leveren dat de externe betrokken er geen vertrouwen meer in kan hebben.
- Doordat er diverse studenten op diverse gebieden bezig zijn met het project en de uitvoering van deze, kan er miscommunicatie ontstaan en kan er verwarring ontstaan bij de externe belanghebbenden als ze telkens andere gezichten of namen te horen krijgen.

Welke zwakke kanten zorgen ervoor dat bedreigingen van buiten ernstige risico's vormen voor het project

Is niet van toepassing.

§ 1.4 Conclusies

Het is van belang dat de naam van Haagse Hogeschool direct verbonden dient te worden aan het project, zodat hierdoor de naamsbekendheid en het werven van middelen positief kan worden beïnvloed. Daarnaast dient er een intern een structuur en communicatieplan op tafel te komen, zodat miscommunicatie voorkomen kan worden. De initiatiefnemers zijn de eindverantwoordelijke van het project en deze dienen ervoor te zorgen dat de uitvoerders goed weten welke taken zij dienen uit te voeren. Daarnaast moeten zij ervoor zorgen dat er duidelijke afspraken zijn als er contacten worden gelegd met externe belanghebbenden en hoe hiermee dient te worden omgegaan. Echter hoeft er geen overleg met studenten onder elkaar te zijn, omdat ieder studentengroepje of student een eigen takenpakket onder zijn hoede heeft om deze uit te voeren. Daarnaast moet er studenten worden geworven die echt meteen affectiviteit hebben met het project en er voor de volle 100% enthousiasme en een toegevoegde waarde kunnen brengen voor het project.