

15. Medlemsforslag om fælles og forstærket PR-kampagne for folkeskolerne (2011-25204)

Udvalget skal tage stilling til medlemsforslag fra A, B, C, O og V om en fælles og forstærket PR-kampagne for folkeskolerne.

medlemsforslag

Sofie K. Led (A) har den 17.2.2011 på vegne af Socialdemokraterne, Det Radikale Venstre, Venstre, De Konservative og Dansk Folkeparti anmodet om, at følgende forslag sættes på dagsordenen til Børne- og Ungdomsudvalgets møde den 2.3.2011:

Det foreslås, at BUF inden udgangen af april 2011:

1. redegør for, hvilke ressourcer der findes centralt og decentralt til skoleportalens websider og hvilket ressourceforbrug, der er forbundet herved.
2. fremlægger prisoverslag for opgradering af skabelon på skoleportalens websider, der er integreret i kk.dk mht. søgefunktion og design.
3. fremlægger prisoverslag ved centralt produceret bydelsdækkende pixiskolepjece i PDF- eller/og papirudgave.
4. fremlægger praktiske muligheder for udveksling eller tilgang af information om distrikternes fremtidige skolebørn mellem forvaltning eller børnehaver og skoler, fx fra barnets 3. år.

MOTIVERING

Fokus på folkeskolens evne til at tiltrække elever retter bl.a. opmærksomhed mod, hvordan Københavns Kommune og skolerne selv kommunikerer til brugerne.

Op til 30 % af de københavnske forældre vælger private skoletilbud til deres børn af forskellige årsager. Disse børn bliver typisk skrevet op fra fødslen og det er således alt for sent, at forældre først modtager information om den lokale folkeskole ved indskrivning året før skolestart. Skolevalg afgøres ofte igennem lokalt netværk, fx via daginstitution. Skolernes samarbejde med institutionerne vedrørende skolevalg bør derfor fremrykkes og styrkes.

Herudover vidner mediernes historier om en brugergruppe med ofte unuanceret viden om folkeskolen og hvilke værdier, styrker og fordele de enkelte folkeskoler kan tilbyde.

Flere skoler er blevet opmærksomme på stigende krav til skolerne om at markedsføre sig selv til distriktets forældre for at tiltrække en socialt og etnisk blandet elevgruppe, der afspejler lokalsamfundet. Deres ihærdige, målrettede PR-indsats har haft stor effekt og vendt skolernes elevgrundlag til et mere bæredygtigt.

Skolerne har i dag hver deres webside, der er understøttet af en fælles skoleportal med fælles skabelon under kk.dk. Skabelonens design er visuelt uattraktivt og uoverskueligt med store forskelle fra skole til skole, ligesom der er stor forskel på opdateringer og målgruppe. Man kan herudover

ikke bruge søgefunktionen på kk.dk, men skal lede efter en skoleoversigt, hvor man efter mange klik endelig kommer frem til de enkelte skolers hjemmesidelink. Dette er uhensigtsmæssigt og kan hægte en nysgerrig bruger af.

Valby Lokaludvalg har udarbejdet en pjece i samarbejde med alle bydelens folkeskoler, som henvender sig til potentielle brugere. Den forsøges formidlet bredt, således også til ejendomsmæglere og daginstitutioner, der kan videreformidle til deres brugere. Den er et godt eksempel på en ny, tidligere og mere aggressiv PR-indsats fra de lokale skoler, der kan prioriteres af lokale midler fra fx Brug Folkeskolen og/eller lokaludvalg.

Samlet er der behov for en mere konsistent, brugervenlig og målrettet information om folkeskolerne.

Bilag: Skolepjece fra folkeskolerne i Valby udarbejdet af Valby Lokaludvalg:

http://www.valbylokaludvalg.kk.dk/~media/valbylokaludvalg/Valbyskolepjece_web.ashx

bilag

