

# Vanuit de visie op leren, jouw school profileren

**In dit white paper pleiten wij voor het ontwikkelen, implementeren en werken aan de hand van een sterke visie op leren. Het maakt scholen weerbaarder en beter voorbereid op de uitdagingen die de toekomst in petto heeft.**

Het white paper is een productie van specialist onderwijskundig leiderschap Anne van Dam en communicatiebureau Hidden Champion.

Van Dam | Onderwijs & Leiderschap draagt bij aan het ontwikkelen van krachtige leiders die vanuit visie bouwen aan een professionele leercultuur. Het doel is de samenwerking tussen de schoolleiding en het team te versterken, het leren in alle lagen van de school te bevorderen en het potentieel van het hele team te benutten, waardoor de onderwijskwaliteit wordt versterkt.

Met bewezen resultaten in het bouwen en communiceren van merken, creëert Hidden Champion boeiende content en communicatiedragers, van inspirerende teksten en visuals tot sprekende video's of interactieve infographics, die de boodschap van uw school krachtig overbrengen. Wil je graag meer weten over wat we hier behandelen en hoe wij jouw school kunnen helpen met een heldere en effectieve profilering? Neem gerust contact met ons op voor een vrijblijvende kennismaking

[contact@hiddenchampion.nl](mailto:contact@hiddenchampion.nl)  
010 - 311 50 60.



## Inhoudsopgave

### 1. Visie op leren. Voor een gezonde toekomst.

- **Waarom een visie op leren?**
- **Wat levert een visie op leren op?**
- **Hoe krijg je iedereen aan boord en hoe maak je de visie zichtbaar in de les**
- **Aanpak Hidden Champion**

### 2. Van binnen naar buiten: Laat je visie voelen en profileer je school.

- **Factoren die de schoolkeuze beïnvloeden**
- **Visie klaar? Communiceren maar!**
- **Tips om jouw school te profileren**

## 1. Visie op leren. Voor een gezonde toekomst.

Het voortgezet onderwijs (VO) in Nederland heeft te maken met diverse uitdagingen op allerlei niveaus. Zo vertrekken steeds meer onderwijsprofessionals uit het werkveld, in belangrijke mate door een gebrek aan sturing en richting. Ook neemt de onderwijskwaliteit op veel scholen af.

Tegelijkertijd is het aantal leerlingen in het VO de afgelopen 10 jaar tijd gemiddeld met 6,4% gedaald. In sommige regio's en soorten onderwijs was deze daling nog sterker. Naar verwachting zet deze daling zich de komende jaren verder door met gemiddeld 5,2% en uitschieters boven de 10%.

Om je te wapenen tegen deze trends is er voor veel scholen dus werk aan de winkel. Een sterke visie op leren is hierbij een effectief middel: een duidelijk kompas dat zichtbaar is en gedragen wordt binnen alle geledingen van de school. Het vormt de basis van de schoolontwikkeling.

Maar hoe ontwikkel en implementeer je zo'n visie? Hoe helpt het om de kwaliteit van het onderwijs te verbeteren en jouw professionals te boeien én te binden? En hoe profileer je jouw school naar buiten toe en maak je het aantrekkelijker? We geven je in dit white paper graag een zetje in de goede richting.

## Waarom een visie op leren?

Een breed gedragen visie geeft richting en koers, een stabiele uitvalsbasis voor ontwikkeling op de langere termijn. Dat is essentieel voor het stellen van doelen, het meten van vooruitgang en het continu verbeteren van de onderwijspraktijk.

Daarnaast biedt een heldere visie een referentiekader voor het nemen van besluiten. Zodat iedereen de vraag: "Past dit wel bij onze school?" in diverse situaties goed kan beantwoorden. Zo weet je zeker dat je met elkaar op koers ligt met de langetermijndoelen van de school. Ook hou je zo gemakkelijker focus op belangrijke processen zonder tijd te verspillen aan zaken die er minder toe doen.

Veel scholen hebben wel een visie, maar die is alleen zichtbaar op de website of in het schoolplan. Teamleden kennen het niet, voelen het niet en handelen er dus ook niet naar. Kortom: het leeft simpelweg niet. Mensen werken wel hard, dat is het niet - maar vaak aan verschillende, gefragmenteerde doelen in plaats van samen bij te dragen aan een groter geheel. Dat is jammer en zonde van alle energie, want het is niet nodig. Werken vanuit een gezamenlijke en breed gedragen visie is een kwaliteitsimpuls voor de hele school en het onderwijs. Maar het moet niet alleen in het hoofd van de schoolleider of bestuurder zitten.

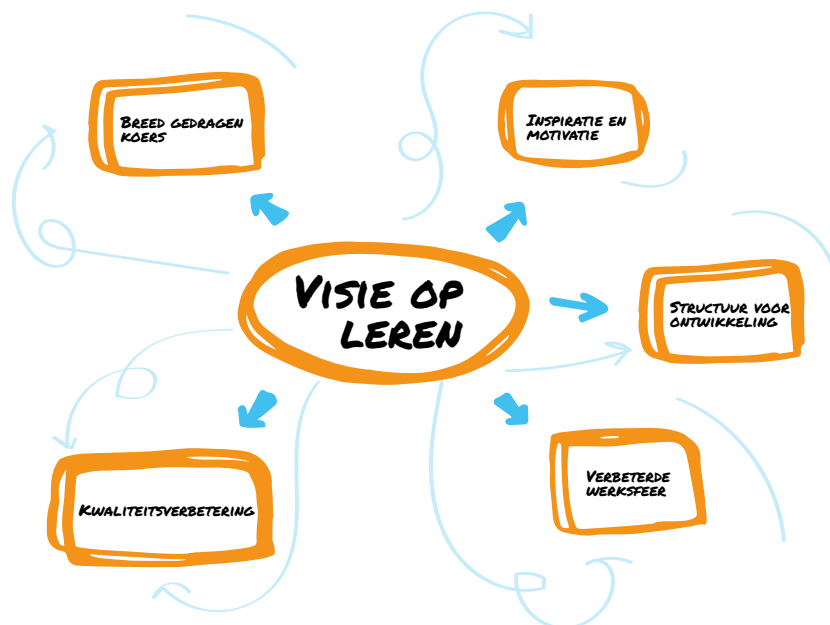
“  
**Onze visie op onderwijs  
en leren brengen we nu  
scherper in beeld bij  
onze doelgroepen.**”

Dick Middelhoek, Rector Laurens Lyceum

## Wat levert een visie op leren op?

Het invoeren van een breed gedragen visie op leren heeft een positief effect op meerdere vlakken:

- Een breed gedragen beeld over de te volgen koers van de school: "Dit is waar we voor staan en hier willen we naartoe", met de uitgangspunten van het leren hierin verwerkt.
- Een heldere visie inspireert, motiveert en geeft betekenis aan het werk.
- Je mensen weten waarvoor ze het doen waardoor de sfeer en het plezier in het werk toeneemt.
- Vanuit de visie kunnen schoolleiders samen met het team structureel aan de slag met de ontwikkeling van de school, zonder afgeleid te worden door ad hoc zaken.
- Een geïmplementeerde visie zorgt voor betere resultaten en daarmee voor een kwaliteitsverbetering van de school.



## Hoe krijg je iedereen aan boord en hoe maak je de visie zichtbaar in de les?

Elementen die belangrijk zijn bij het formuleren van een visie waar het hele team achter staat:

- **De kracht van samen**  
Iedereen wordt gehoord en geeft input voor de uiteindelijke visie op leren.
- **Transparantie maakt het helder**  
Teamleden worden aangemoedigd openlijk en ongezoeten hun gevoelens, gedachten en observaties te delen.
- **Omgangsvormen**  
Respect, fatsoen en professioneel gedrag zijn de basis. Giftig gedrag naar wie dan ook nooit.
- **Gebruik je kracht**  
Je begint niet op nul, er gaat al veel goed. Vind en gebruik je sterke punten, en neem het als voorbeeld voor onderdelen die beter kunnen.
- **Vertel!**  
Ga communiceren, ontwikkel middelen waarmee je alle belanghebbenden – binnen en buiten de school - helpt zich naar de nieuwe visie te gaan gedragen.

Dan wordt de nieuwe visie ook zichtbaar en werk je actief aan het verbeteren van de positionering en profilering van de school.

\*Soms is een team nog niet zover, bijvoorbeeld omdat er verhoudingen verstoord zijn. In dat geval is het advies om eerst in een teamtraject aan de cultuur te werken.

## Aanpak Hidden Champion

Hidden Champion hanteert een pragmatische methode om snel en effectief een heldere visie te ontwikkelen die breed gedragen wordt binnen de organisatie. Omdat de visie van onder naar boven wordt ontwikkeld, waarbij de input van iedereen belangrijk is en wordt meegenomen. Dit levert vrijwel altijd verrassende en waardevolle inzichten op. Maar hoe pak je zo iets aan?

### Planning en voorbereiding visieontwikkeling

- Plan één of meerdere dagdelen in voor een sessie met het team
- Communiceer het traject minimaal een maand van tevoren geef het team alvast iets om zich mee voor te bereiden en op te verheugen: waarom gaan we samen een visie ontwikkelen, wat is het nut ervan en waarom ben jij onmisbaar in dit traject?

### De sessie

- Korte introductie over het belang, de relevantie en de kracht van een goede visie voor de ontwikkeling van de school
- Uitleg over de bouwstenen van een goede visie: hoe zit het in elkaar?
- Opdelen van het team in groepen van collega's die normaalgesproken niet samenwerken.
- Starten met vragen als "Waarom is een visie belangrijk" en "Wat is jouw kijk op het vak?"
- Delen van de antwoorden en voortbouwen voort op vragen als 'Waarom doen wij wat we doen?', 'Wat willen we dat onze leerlingen leren?' en 'Waar willen we over vier jaar staan met ons onderwijs?'

### Delen van de resultaten en formuleren van de visie

- Verzamel alle input direct na de sessie en deel het in één document met het hele team.
- Formuleer met een aantal collega's uit alle geledingen de uiteindelijke visie en presenteer deze aan de rest van het team.
- Sluit af met een vooruitblik: wat nu? Presentatie plan/roadmap om visie te implementeren.

### Duurzame implementatie

- We gaan van het "Wat" naar het "Hoe"
- Doelen en subdoelen worden gekoppeld aan concrete acties
- Binnen duidelijke kaders m.b.t. wat wel en niet onder gewenst gedrag wordt verstaan. Dit geldt voor iedereen: leerlingen, medewerkers, leerkrachten en leiding. Wat is de cultuur waar je voor staat?

“  
**Advies Hidden Champion  
leidde tot sterke  
profilering van onze  
5-vo scholen.**”

Jan Adels, Directeur De Triade bij Atlas College



## 2. Laat je visie voelen en profileer je school

Hoe mensen - extern én intern - jouw school zien en ervaren is ontzettend belangrijk voor de toekomstige ontwikkeling. Op basis van welke factoren kiezen leerkrachten, leerlingen en ouders voor jouw school, of juist niet? Wat is je reputatie, je imago? Hoe populair is jouw school eigenlijk?

Een goede profilering kan deze beeldvorming sturen en beïnvloeden, en helpt jouw school zich te onderscheiden van andere. Maar dit kan alleen op een geloofwaardige manier als je een echt, authentiek verhaal vertelt. Anders verkoop je mooie praatjes en dat heeft onvermijdelijk een averechts effect.

Interne profilering is een direct gevolg van het invoeren van de visie. Als het goed is weet iedereen waar zij aan toe zijn. Het geeft focus en richting aan de leiding, en brengt met zich mee dat er - soms harde - keuzes gemaakt moeten worden. Niet iedereen zal zich altijd in de nieuwe visie herkennen en hun heil elders anders zoeken. Het schept ook duidelijkheid bij het aantrekken van nieuwe medewerkers en training van huidige medewerkers.

Profileren begint dus intern, met wie, wat en hoe je bent als organisatie. Dat moet kloppen. Wat is de cultuur, wat zijn de plannen, hoe is de sfeer in de aula en in de lerarenkamer? Zodra je dit als school op de rit hebt kun je naar buiten treden met een betrouwbaar verhaal dat vertelt in welke wereld mensen terecht komen.

Onder extern profileren verstaan wij alle manieren en kanalen waarmee wij de beeldvorming van ouders, aspirant leerlingen, basisscholen, onderwijsinspectie en andere betrokkenen actief kunnen beïnvloeden. Denk aan je website, social media, nieuwsbrief, voorlichtingsdagen, folders, de plaatselijke krant, etc.

Het is essentieel dat de externe en interne profilering een weerspiegeling zijn van elkaar. Ze lopen ook dwars door elkaar heen; leerlingen ervaren bijvoorbeeld de sfeer op school en nemen hun verhalen mee naar huis of naar het sportveld. Bezigt zijn met profilering is bewust bezig zijn met dat wat de school betekent voor leerlingen, ouders, leerkrachten en anderen. Niet alleen door het te zeggen, maar vooral door het te doen. Hiermee creëer je fans en uiteindelijk ambassadeurs.

### Factoren die de schoolkeuze beïnvloeden

Het grotere doel van het ontwikkelen van een sterke visie en het profileren van de unieke kenmerken van de school is in één woord: aantrekkelijkheid. Voor de continuïteit van kwaliteitsonderwijs op langere termijn is een gezonde instroom van leerkrachten en leerlingen essentieel, en aantrekkelijkheid is daarvoor onmisbaar.

Die aantrekkelijkheid bepaalt voor welke school wordt gekozen, veelal door de ouders. Maar waar bestaat die aantrekkelijkheid eigenlijk uit? Uit onderzoek van NRO onder ouders komen sfeer en onderwijskwaliteit als belangrijkste factoren naar voren. 90% vindt sfeer heel belangrijk, en voor de helft is het zelfs doorslaggevend. Wat die sfeer precies inhoudt vinden ouders vaak moeilijk te duiden. Het is een gevoel bij het binnengaan van de school. "Ga ik mij hier prettig voelen", "Is het veilig?" Daarnaast laten ouders de pedagogische aanpak of het onderwijsconcept zwaar meewegen in hun keuze, net als persoonlijke aandacht en de mate waarin scholen ondersteuning kunnen bieden. Deze uitkomsten komen overeen met een onderzoek dat in opdracht van de gemeente Rotterdam is uitgevoerd.

“  
**Jouw school is een merk.**”

Robin Maas, Merkstrateeg Hidden Champion

Bij het ontwikkelen van een Visie op leren moet de leeromgeving dus een belangrijke rol innemen: Wat voor omgeving bieden wij onze leerlingen? Hoe zorgen we voor een veilig en vertrouwd leerklimaat? Wat doen onze collega's om ervoor te zorgen dat leerlingen zich prettig voelen? Wat zijn onze normen en waarden? Welk gedrag van leerlingen laten we wel en niet toe?

### Visie klaar? Communiceren maar!

Bij Hidden Champion helpen wij niet alleen bij het ontwikkelen van een heldere Visie op leren, we bekommeren ons juist ook om de uitvoering. Dat betekent dat we scholen bijstaan om via allerlei communicatiemiddelen specifieke doelen te verwezenlijken.

Door de visie te vertalen in klare boodschappen en uitingen met impact maken wij de visie zichtbaar, binnen én buiten school. Zodat bij alle doelgroepen duidelijk wordt waar de school voor staat en wat de school bijzonder maakt. Dit gaat verder dan een leuke slogan, en is een structurele manier om het beeld dat mensen van je hebben een positieve impuls te geven. **Jouw school is een merk.**

Dat klinkt misschien een beetje gek. Een merk wordt vaker geassocieerd met een wasmiddel dan met een school.

Toch komt het op hetzelfde neer: het is de verzameling van alle ervaringen, meningen en gevoelens over jouw school zoals die leven bij jouw doelgroep. Omdat dit nou net is wat wij willen beïnvloeden, is het zinvol om jouw school vanuit de merkstrategie te benaderen. Onderstaand een aantal stappen die je kunt nemen om effectief te gaan communiceren:

### Wat is de essentie van jouw school?

Dit beschrijft in één of twee zinnen wat jouw school geloofwaardig, aantrekkelijk en bijzonder maakt. Alle belangrijke aspecten zijn hierin meegenomen, zoals je basiskwaliteit, de kernwaarden, de concurrentie, maar ook wat er leeft onder leerlingen en leerkrachten. Dit gaat niet alleen om functionele eigenschappen, maar ook om de emotionele band die je met mensen hebt of wilt opbouwen.

### Het verhaal van jouw school

Het overtuigende verhaal van jouw school, met bovengenoemde merkessentie als brandstof. Hier zit alles in: historie, huidige situatie en toekomst. De visie op leren en op leerlingen. Je idealistische en pragmatische doelstellingen. Wat maakt jouw school de ideale school voor bepaalde leerkrachten en leerlingen, enzovoort. Het schoolverhaal is een waardevol document als basis voor verdere communicatie. Een levend document bovendien, want er wordt telkens weer een nieuw hoofdstuk aan toegevoegd.

### Communicatieplan

In een communicatieplan gaan we precies bepalen wat we bij wie willen bereiken, en welke middelen we daarvoor gaan inzetten. We kijken naar de planning en het budget, en hoe we dat maximaal kunnen benutten. Qua middelen kun je denken aan:

- Website
- PR-berichten
- Ludieke acties
- Flyers en folders
- Beursmaterialen
- Nieuwsbrieven
- Social Media
- Interne communicatie

## Tips

- Bouw een relatie op met de directeuren én de leerkrachten van groep 8. Dit helpt om uitdagingen in de regio gezamenlijk op te pakken en maakt de basisscholen tegelijkertijd bewust van jullie aanbod en toegevoegde waarde.
- Drink eens een kopje koffie met ze.
- Nodig de leerkrachten van groep 8 een aantal keer per jaar bij jou op school uit voor een lezing of een evenement passend bij de profilering van jouw school.
- Profileert jouw school zich op sport? Spreek dan bijvoorbeeld af dat de basisscholen uit jouw regio maandelijks langs kunnen komen om sportlessen te volgen die de basisschool niet kan aanbieden.
- Is je website overzichtelijk? Is alle informatie beschikbaar voor zowel ouder als leerling? Klinkt je visie door in de gehele website?
- Wat doe je met social media zoals Instagram en TikTok? Gebruik je het potentieel?
- Stuur regelmatig een nieuwsbrief met nuttige en handige informatie aan ouders en verzorgers. Het maakt ze meer betrokken.
- Zorg voor leuke, informatieve folders en flyers op open dagen, proeflesmiddagen of kennismakingsdagen. En leuke content voor op de digitale lesborden. Dit zijn vaak de eerste impressies van leerlingen en ouders met een nieuwe school.
- Zijn je logo en huisstijl op orde en wordt het consequent gebruikt? “Als het er rommelig uitziet zal het op school ook wel een rommeltje zijn.” De verpakking van de inhoud doet ertoe.
- Als je naar alle uitingen kijkt die je nu maakt, zit daar een duidelijke lijn in, een rode draad? Niet qua inhoud, maar qua uitstraling en sfeer.
- Organiseer een ouderavond speciaal voor ouders: betrek ouders bij deze processen, zodat ze ook zelf ervaren hoe het is om onderwijs te krijgen op jouw school.
- Laat groep 8-leerlingen proeflessen volgen om een beetje voor te proeven.
- Organiseer overstapmiddagen voor groep 8-leerlingen waarin je jouw school promoot en je leerlingen laat wennen aan de structuur van het voortgezet onderwijs: een rooster, de bel, wisselende docenten, etc.
- Organiseer samenwerkingen met bedrijven in de regio waardoor je de zichtbaarheid van je school vergroot. Denk aan stages, ga op bezoek bij bedrijven of vraag bedrijven een gastles bij jou op school te verzorgen.
- Als een leerling eenmaal op school zit, wordt de interne communicatie weer belangrijk. Zorg voor een startgesprek aan het begin van het schooljaar waarin de mentor naast oog voor de ontwikkeling van de leerling, ook afspraken maakt met ouder(s) en/of verzorger(s) over de communicatie van de leerling en houd je hieraan. Door een goede samenwerking en heldere communicatie tussen de driehoek ouder, school en kind stimuleer je ook positieve mond-tot-mondreclame door tevreden leerlingen en ouders. De eigen leerlingen en hun ouders zijn uiteindelijk de beste ambassadeurs die je kunt hebben! Wees er zuinig op.

### **Aan de slag**

Als we weten wat we willen zeggen, tegen wie, waarom en wanneer, kunnen we gaan plannen, maken en meten. Veel van deze uitingen kun je uiteindelijk uitstekend met je eigen team bijhouden, zoals je website en social media. Dat vraagt vooral enthousiasme en discipline, maar kan ontzettend leuk zijn om zelf werk van te maken. En wil je een vliegende start? Hidden Champion helpt je graag op weg naar een situatie waarin je het zonder zijwieltjes kunt. We zijn hier erg flexibel in, want geen school is hetzelfde.

Heeft dit white paper je geïnspireerd om aan de slag te gaan met de profilering van je VO-school?

We gaan graag met je in gesprek!

[contact@hiddenchampion.nl](mailto:contact@hiddenchampion.nl)

010 - 3115060.