



Ouderblik

Digitale communicatie met
ouders



Inhoud

Waarom digitale communicatie ertoe doet	3
1. Digitale communicatie in een groter geheel	4
Geen geïsoleerd verhaal	4
Communicatie met ouders: wat vinden zij belangrijk?	5
2. De mogelijkheden van digitale communicatie	7
Een groot bereik	7
Snelheid	8
Online communicatie is visueel	8
Interactie en betrokkenheid	9
3. De gevaren van digitale communicatie	12
Privacy op sociale media: niet zonder zorgen	12
Negatieve reacties online: voorkomen en reageren	13
4. Aan de slag, maar met welke tools?	16
5. Meer weten?	22

Waarom digitale communicatie met ouders ertoe doet

Hoeveel ouders kijken dagelijks in de schoolagenda van hun kind? Hoeveel ouders doen dit wekelijks? En hoeveel ouders bekijken dagelijks hun e-mail? Of houden via smartphone Facebook in de gaten?

Niet elke ouder verkiest het digitale kanaal. Net zoals niet elke ouder een kei is in het bijhouden van papieren administratie. Maar wanneer je als school of ouderwerking werk maakt van digitaal communiceren naar ouders, zal je sommige ouders vaker en sneller bereiken. Daardoor kan je de opkomst op activiteiten verhogen, ouders beter en meer informeren en uiteindelijk meer draagvlak creëren. Zijn papieren of mondelinge communicatie daarom afgeschreven? Verre van! Het digitale kanaal biedt een kans om je huidige communicatie te versterken.

Maar hoe begin je aan digitaal communiceren met ouders? Hoe verbeter je die communicatie? Wat zijn de mogelijkheden? Waar liggen de gevaren? En met welke tools ga je aan de slag? Met de *Ouderblik Digitale communicatie naar ouders* willen we een antwoord geven op deze vragen. Dat doen we in de volgende delen:

1. Hoe past het digitale kanaal in al je communicatie?
Digitaal communiceren is in de eerste plaats communiceren en dan pas digitaal. Het is een deel van alle communicatie tussen school of ouderwerking enerzijds en de ouder anderzijds. Wat moet je daarbij in het achterhoofd houden? Wat vinden ouders belangrijk? En wat vermijd je best?
2. Waarom is het de moeite om digitaal te communiceren?
De mogelijkheden en voordelen van digitale communicatie op een rij. Waarom brengt het op? Door voorbeelden uit de praktijk tonen we hoe online communicatie de moeite kan lonen.
3. Wat zijn de gevaren van digitale communicatie?
Hoe zit het met privacy? En wat met negatieve reacties? We geven tips om dit te voorkomen en oplossingen voor als dit gebeurt.
4. Aan de slag, maar dan met welke tools?
We zetten enkele instrumenten op een rij en leggen voor elke tool de voor- en nadelen uit.

1. Digitale communicatie in een groter geheel

Geen geïsoleerd verhaal

Stel: iemand vraagt hoe jij met je tante communiceert. Die vraag kan je moeilijk kort beantwoorden. Want als je dat wil uitleggen, zal het afhangen van de tante. De ene zweert nog altijd bij brieven, de andere is helemaal weg van haar computer. Nog een andere tante woont vlakbij en daarmee ga je soms een praatje slaan.

Tegelijk is het ook moeilijk om te antwoorden hoe je met je tante communiceert, omdat dat afhangt van de situatie. Die ene tante bereik je misschien stevast per e-mail, maar als je op reis gaat, stuur je toch een postkaart. En voor een ernstig bericht ga je de tante die ver woont toch maar in levende lijve opzoeken.

Voor digitale communicatie naar ouders gaat dat niet anders: hoe en wanneer je digitaal communiceert, staat niet los van je andere communicatie en de situatie. Communicatie op papier, mondelinge communicatie en digitale communicatie beïnvloeden elkaar en hangen samen. Of je iets digitaal communiceert hangt af van de aard van de boodschap en context. Twee voorbeelden maken dit duidelijk:

De ouderraad van Basisschool De Eenhoorn organiseert binnen twee weken een bosspel voor ouders en kinderen. Een van de leden maakte een mooie flyer voor de ouders, die werd afgedrukt, maar de ouderraad wil graag nog meer inschrijvingen. Ze heeft geen tijd of budget om nog een flyer te maken, dus stuurt ze deze keer een e-mail naar alle ouders met een herinnering en zet ze ook een berichtje op de Facebookpagina van de ouderraad. De ouderraad vraagt aan de school om dit bericht ook te delen op hun pagina. Voor de e-mail en de Facebookpost worden dezelfde digitale afbeelding gebruikt als op de flyer.

Bilal is directeur en beheerder van de Facebookpagina van de school. Hij ziet dat een ouder in een reactie op bericht zich negatief uitlaat over het evaluatiebeleid van de school. De volgende dag ziet de directie de ouder even aan de schoolpoort en polst naar wat hij op Facebook zei. Hij nodigt de ouder uit voor de volgende babbelavond op de school: daar kunnen ouders mee nadenken over de schoolwerking en kan ook het evaluatiebeleid besproken worden. Ook voor een individueel gesprek staat zijn deur steeds open, zo zegt Bilal.

In het eerste voorbeeld kiezen de school en ouderwerking ervoor om digitaal te communiceren, omdat het goedkoop en snel is én de papieren communicatie goed aanvult. In het tweede voorbeeld wordt er besloten om net van het digitale kanaal af te stappen: een moeilijk gesprek voer je beter niet op Facebook of online.

Hoe je iets digitaal communiceert hangt samen met hoe je dat op papier of mondeling doet. Met andere woorden: digitale communicatie is geen geïsoleerd verhaal, maar een deel van de gehele communicatie tussen school of ouderwerking enerzijds en alle ouders anderzijds. Dat is

geen onbelangrijk detail, omdat dit betekent dat digitale communicatie moet afgestemd zijn op de andere communicatie: zowel inhoudelijk als vormelijk. Dit betekent bijvoorbeeld dat wanneer je pictogrammen gebruikt op papier, je best online ook diezelfde picto's gebruikt. Heb je een logo, een vaste structuur of sjabloon voor je brieven? Dan is het handig als ouders dit ook in e-mails en andere online communicatie terugzien.

We lezen niet. We scannen'

Hoewel het goed is om pictogrammen of bestaande sjablonen over te nemen, wordt er wel anders gelezen op een scherm dan op papier: we scannen een tekst veel meer dan dat we alles lezen. Communiceer daarom zeker online puntgewijs en begin met de hoofdzaak.

Tot slot mag digitale communicatie nooit een uitsluitingsmechanisme of een drempel worden. Belangrijke zaken communiceer je ook altijd op papier. En als een ouder papieren brieven verkiest of moeilijk toegang heeft tot het internet, moet deze dezelfde info kunnen krijgen. Kortom: het digitale kanaal versterkt je bestaande communicatie, maar vervangt ze daarom niet.

Communicatie naar ouders: wat vinden zij belangrijk?

In 2013 voerde GO! ouders samen met de twee andere ouderkoepels een onderzoek bij ouders over onthaal. De hoofdvraag was: wanneer voelt u zich welkom op school? Communicatie van en naar de school speelt daar voor ouders een belangrijke rol in. We sommen hier een heleboel tips op die vanuit het standpunt van ouders het verschil kunnen maken.

- Vermijd onderwijsjargon. Ouders verkiezen praktische, eenvoudige en klare taal. Vooral afkortingen kunnen soms verwarrend zijn.
- Zorg dat je communicatie steeds goed gekaderd is: leg uit waarom het geen school is, waarom het belangrijk is om op een oudercontact aanwezig te zijn, waarom een uitstap leerrijk is, ...
- Communiceer tijdig. Sommige ouders moeten schoolbezoeken ruim op tijd kunnen inplannen. Ken je nog niet alle details? Zet evenementen dan alvast op een kalender.
- Ook in tijden van digitale communicatie houden ouders van persoonlijk contact en rechtstreekse communicatie. Niet alle ouders durven op evenementen op school zelf de stap naar de leerkracht of directeur zetten. Ze verwachten hierbij initiatief van de school of ouderwerking.

Let op met hokjesdenken over communicatie en doelgroepen

Specifieke doelgroepen verkiezen niet één soort communicatie. Sommige hoogopgeleide ouders met een bureaujob hebben 's avonds genoeg van hun pc en bekijken zaken liever op papier. Andere ouders hebben thuis geen pc, maar wel een smartphone waarop ze alles volgen. Je kan één medium niet linken aan een bepaalde groep ouders. Dat geldt trouwens ook voor anderstalige ouders. Vaak zijn we geneigd om voor deze groep alle communicatie op papier te

laten lopen, in klare taal en met duidelijke pictogrammen. Maar volgende getuigenis plaatst dat in perspectief.

“Geef mij maar online berichten in plaats van papieren brieven! Als ik het niet begrijp hoef ik het maar te kopiëren en in een vertaalprogramma te plakken. Zo weet ik meteen waarover het gaat.”

Kortom, in de voorkeuren van ouders over communicatiekanalen valt geen lijn te trekken. Scholen en ouderwerkingen doen er dus goed aan om via verschillende kanalen te communiceren. Zo bereik je het meeste ouders.

Problemen? Moeilijk gesprek? Ga weg van het internet!

Eindeloze discussies per e-mail, uit de hand gelopen reacties op Facebook, een verkeer geïnterpreteerde bericht op Smartschool: online communicatie kan soms uit de hand lopen. Het grote verschil met een persoonlijk gesprek is: wie schrijft, die blijft. Wanneer iets zwart op wit neergeschreven staat blijft het vaak veel langer hangen. Bovendien is bij communicatie over problemen of moeilijke onderwerpen lichaamstaal en nuance erg belangrijk.

Uit onderzoek van de ouderkoepels bleek dat ook ouders zelf moeilijke gesprekken helemaal niet online willen voeren. Hiervoor is persoonlijk contact noodzakelijk, zo stellen ze. Laat je als school of ouderwerking dus niet verleiden tot een online discussie, al dan niet openbaar. Neem de telefoon of maak een afspraak om alles rustig te bespreken.

2. De mogelijkheden van digitale communicatie

Een groot bereik

“Ruim $\frac{3}{4}$ van onze ouders zit op Facebook. Waarom zou je er dan geen gebruik van maken?” – een directeur

Elke school beschikt wel over een aantal manieren om haar ouders te contacteren: een brief in de boekentas van de kinderen, een affiche aan de schoolpoort, of gewoon een bericht in de schoolagenda: het zijn maar enkele van de mogelijkheden.

Niet elke ouder kan echter zijn of haar kind zelf naar school brengen of afhalen. De communicatie aan de schoolpoort gaat dus niet naar iedereen. Ook de boekentas van hun kind wordt door ouders niet altijd nagekeken. En welke ouder kijkt er elke dag naar de schoolagenda van zijn of haar kind? De realiteit is dat elk medium maar een deel van de ouders (vlot) bereikt. Via de digitale weg bereik je ouders die communicatie langs andere kanalen (nog) niet gezien hebben. De ouder die niet altijd de schoolagenda bekijkt, zit misschien wel elke dag op Facebook of controleert wel dagelijks zijn e-mail.

Digitale communicatie gaat buiten de bubbel van de school

Via e-mail, blogs en website verhoog je het bereik bij de ouders van de school. Sociale media zoals Twitter, Youtube of Facebook hebben hier nog een extra voordeel: je bereikt ook ouders en personen buiten de school. Want vaak krijgen ook ‘vrienden van vrienden’ een bericht op sociale media te zien. Organiseer je op school een buurtfeest? Roep je ouders op om de affiche online te delen en ze krijgt een ruimer bereik. Wil je nieuwe ouders warm maken voor de school? Je aankondiging van de opendeurdag krijgt op sociale media een ruimere verspreiding.

Hoe bereik je een groter publiek op sociale media?

- Nam je een foto van de menigte op het schoolfeest? Roep op Facebook iedereen op om zichzelf te vinden en te taggen (jezelf aanduiden) in de foto. Deze foto zal zo ook op hun profiel verschijnen en je school krijgt zo meer zichtbaarheid.
- Een groot evenement met verschillende standen gepland? Maak een plattegrond en laat mensen taggen waar zij of hun kind zullen staan. Opnieuw krijg je zo meer verspreiding.
- Gimme, Twitter, Facebook,... al deze sociale media werken met een profielfoto. Vraag voor een groot evenement dat ouders een afbeelding ter promotie overnemen als profielfoto (of banner). In de afbeelding zet je bijvoorbeeld ‘ik ben van de partij op het buurtfeest van Basisschool Schooltje’.
- De inhoud van je bericht blijft het belangrijkste. Kom hier dus origineel en creatief uit de hoek. Zorg dat wat je toont ook de moeite is om bekeken of gelezen te worden.



Gebruik de banner of profielfoto van je leden voor promotie. Een voorbeeldje uit het jeugdwerk.

Snelheid

Digitale communicatie gaat bijzonder snel. Er gaat geen tijd verloren aan het drukken of verdelen van je boodschap en bovendien krijg je ook heel snel reactie. Dit brengt gevaren met zich mee, waar we in deel 3 nog dieper op in gaan, maar die snelheid kan ook in het voordeel van de school of ouderwerking spelen. We geven enkele voorbeelden ter illustratie:

- Gebeurde op school iets onverwachts zoals een bommelding of politiebezoek? Dan kan je door een duidelijke, heldere boodschap rond te sturen meteen alle geruchten vermijden.
- Verloren voorwerp? Plaats snel een beschrijving en contactgegevens online. Zo vergroot je de kans dat het teruggevonden wordt.
- Willen ouders zelf een vraag stellen? Ook dan is een e-mail of bericht snel gestuurd. Trek hier als school(team) of oudervereniging ook wel een grens: je hoeft niet altijd meteen te antwoorden. Heb je meer dan twee weekdagen nodig om een antwoord op te zoeken? Laat dan weten dat je ermee bezig bent.

Online communicatie is visueel

Heel wat scholen gebruiken tegenwoordig klasblogs, zetten foto's op de website of delen een fotoalbum op sociale media. Ouders vinden het heel leuk om afbeeldingen van hun kind op school te zien. Het geeft hen de kans om even een vlieg op de muur te zijn en een beeld zegt soms meer dan duizend woorden. Bovendien zijn afbeeldingen ook erg toegankelijk: een foto kent geen taal en iedereen kan begrijpen wat er getoond wordt. Hetzelfde geldt voor filmpjes.

Dat maakt dat digitale communicatie voor ouders laagdrempeliger kan zijn dan het klassieke strookje of een brief. Afbeeldingen degelijk afdrukken kost immers heel wat geld en online heb je dat probleem niet.

Natuurlijk heeft digitale communicatie ook een keerzijde: niet iedereen heeft toegang tot het internet of een computer. Online bereik je dus niet alle ouders. Gooi het kind daarom niet met het badwater weg, maar zoek manieren om je afbeeldingen ook nog via andere wegen aan ouders te tonen: laat op een oudercontact of opendeurdag een fotoprojectie afspelen, druk voor wie dat wil de nieuwsbrief toch nog af op papier, voorzie een computerruimte op school, ...

Afbeeldingen van leerlingen in je communicatie? Toestemming vragen!

Wanneer je afbeeldingen of filmpjes van minderjarige leerlingen online plaatst, moet je hier toestemming voor hebben van de ouders. Scholen vragen dit doorgaans in het begin van het schooljaar door een bijlage bij het schoolreglement. Deze bijlage zit normaal standaard in het model voor een schoolreglement van het GO! We sommen enkele belangrijke zaken op die je in het achterhoofd moet houden.

- De school moet afzonderlijk toestemming vragen voor twee zaken:
 - Het fotograferen van het kind
 - Het publiceren van deze foto's in de communicatiekanalen van de school (met vermelding van welke kanalen)
- Dit moet gebeuren via een aparte handtekening. Met andere woorden: de ouder moet de keuze hebben om zijn kind niet te laten portretteren of publiceren, maar toch akkoord te gaan met het hele schoolreglement.
- Een ouder kan altijd terugkomen op deze beslissing en achteraf vragen om een foto niet te publiceren of weg te halen van de website/Facebook/Smartschool/...
- Het recht om een kind te fotograferen geldt enkel voor een foto waarop het kind duidelijk herkenbaar is. Voor sfeerfoto's of foto's van grote groepen kinderen (bijvoorbeeld op de speelplaats) is dus geen toestemming nodig.

Interactie en betrokkenheid

Digitale communicatie geeft ouders de kans om zich op een laagdrempelige manier betrokken te voelen bij de school. E-mail en sociale media lenen zich voor gemakkelijke interactie tussen ouder en school. Soms zorgt dit ervoor dat men reageert op een te scherpe manier, waar men achteraf spijt van heeft. Over negatieve reacties en hoe ermee om te gaan, lees je meer in deel 3. Het leeuwendeel van de digitale communicatie is echter positief én geeft ouders de kans om betrokkenheid te tonen op een laagdrempelige manier: afstand speelt online geen rol en



Deze ouderwerking plaatste haar shiftenblad voor een activiteit online. Zo ging ze op zoek naar extra helpende handen.

afbeeldingen of filmpjes spreken een taal die iedereen verstaat. Online kan je op een informele en laagdrempelige manier je waardering uitdrukken. Ouders die niet aan de schoolpoort raken kunnen langs het digitale kanaal toch gemakkelijk in contact komen met de school.

Voorlopig is Facebook het medium waarop online het meeste interactie is tussen ouders en school/ouderwerking. Het is voorlopig het enige medium waar effectief veelvuldig gereageerd wordt op berichten (al gebeurt dit soms ook via e-mail, maar hier hebben we minder zicht op). Ook op andere sociale media of online platformen kunnen ouders reageren op berichten, maar dit gebeurt veel minder. Ook de 'like-knop' is belangrijk op Facebook: dit geeft ouders de kans om zonder veel moeite of taaldrempels hun appreciatie uit te drukken.

 **Basisschool Klim-Op Zoersel** heeft 31 foto's van 2 mei toegevoegd aan het album **Jobbeurs door de ouders** 02-05-2014 — @ **Basisschool Klim-Op Zoersel**. 2 mei · Sint-Antonius ·  

Enkele ouders kwamen aan L4, L5 en L6 uitleggen wat hun job was. Met leuke verhalen en doemomenten.



Niet langer leuk · Reageren · Delen ·  9

 **GO ouders, André De Swert, Kristel Smits, Nele Doossche** en 5 anderen vinden dit leuk.

 Schrijf een reactie...



Nieuws uit de levensbeschouwelijke lessen

Maandoverzicht Zedenleer

We werkten deze periode rond carnaval en we genoten van het leuke boek prins perlefen....andere groepen leerden rond de geschiedenis van carnaval en over vasten in andere culturen.....



Ouders krijgen in de digitale nieuwsbrief een kijkje in de lessen zedenleer

We werkten in de hogere graden rond Amnesty International. Elk kind vindt het werk van deze organisatie super belangrijk. We leerden veel bij!!!

**BS Zonnedorp**

18 uur · 🌐

Ik had net een super enthousiaste juf aan de lijn, het zit daar helemaal goed aan zee! De zon doet flink haar best voor Zonnedorp en de kinderen genieten met volle teugen.

Ik ga donderdag op bezoek, geef maar een seintje als ik de groetjes moet doen aan jullie kinderen of als ik dikke knuffels mag uitdelen in jullie naam!

😊 Als jullie graag nog een briefje meegeven mag je dat woensdag binnenbrengen, ik speel graag postbode! Grtjs,
Juf Cato

Vind ik leuk · Reageren · Delen · 👍 28 💬 13

👍 Ivan Stalmans, Margje Wyns, Hilde Schuermans en 25 anderen vinden dit leuk.



Brenda Cells Dikke knuffels voor onze Jarne van zijn meter... briefje is al onderweg via de post....

18 uur geleden · Vind ik leuk



Heidi Bollens Natuurlijk mag je groetjes en knuffels geven. Geef ons Jarneke maar een superdikke knuffel en kus... Zijn post zal wel aankomen. 😊 dikke merci om de postbode te zijn Cato!

18 uur geleden · Vind ik leuk · 👍 1



Carla Van Tongelen doe yana maar de groeten van ons allemaal geef ze van ons een dikke knuffel van haar broertje ..

16 uur geleden · Vind ik leuk



Heidi Van Tongelen Dikke knuffel aan Joni en Jarne Å

16 uur geleden · Vind ik leuk



Conny van Dooren Ook dikke knuffels aan onze Jenne! Zijn broertje vraagt ook dagelijks naar hem! Briefje wordt bezorgd!

16 uur geleden · Vind ik leuk



Wendy Broos een dikke knuffel voor chloe

Het online kanaal maakt je ouderwerking zichtbaar en transparant: de ouderwerking toont online wat ze voor de school doet én krijgt daar van ouders en school appreciatie voor (rechts)

Wie wordt prins en prinses carnaval?

(stoelendans)



Het belang van appreciatie uitdrukken via online communicatie mag niet onderschat worden. We tonen hier enkele voorbeelden van hoe zowel de school, ouderwerking, lerarenteam als individuele ouders bedankt worden en elkaar schouderklopjes geven. Dat motiveert alle partijen om zich in de toekomst opnieuw in te zetten voor de kinderen en de school.

Ouders reageren enthousiast wanneer online verslag wordt gedaan van een uitstap (links)



Jan De Ruyck heeft een foto geplaatst op de tijdlijn van Abraham Hans Basisschool — met Sabrina Eggermont en 3 anderen.

24 januari om 16:38 · 🌐

De oudervereniging geeft de kleuterblok een cadeautje 😊 heel veel plezier ermee!



Unlike · Reageren · Delen · 👍 17 💬 6

👍 GO ouders, Veerle De Vos, Kathy Martens, Nathalie Soenens en 13 anderen vinden dit leuk.



Abraham Hans Basisschool Wauw chique zulle ... Merci voorzitter

Like · Antwoorden · 👍 3 · 24 januari om 16:39



Sabrina Deventer Jandadde!! Dat is nogal een oudervereniging he !!

Like · Antwoorden · 👍 2 · 24 januari om 17:40



Abraham Hans Basisschool ohh das super!!! bedankt !!!

Like · Antwoorden · 👍 1 · 24 januari om 19:07



Abraham Hans Basisschool Joeple, just twee nieuwe cd's aangeschaft van kapitein Winokio, 't zal plezant worden!!!! Merci Jantje merci Jantje merci !!!!!!!!!!!!! 😊

Like · Antwoorden · 👍 1 · 24 januari om 19:30



Abraham Hans Basisschool Bedankt aan de oudervereniging! Er zal deze week nogal muziek afgespeeld worden! Joehoe!

Like · Antwoorden · Gisteren om 8:47



Abraham Hans Basisschool Heel erg bedankt ! zal veel gebruikt worden ! super merci !!

Like · Antwoorden · 22 uur



Schrijf een reactie...

3. De gevaren van digitale communicatie

Privacy op sociale media: niet zonder zorgen

Wanneer je een online communicatietool gebruikt, ga je ook akkoord met bepaalde voorwaarden. Deze durven verschillen van medium tot medium. Vooraleer je van start gaat met het gebruik van zo'n tool bekijk je dus best even de gebruikersvoorwaarden. Die vind je meestal terug op een pagina 'Over ons'. Bedrijven veranderen die gebruikersvoorwaarden soms, dus het is moeilijk om een duidelijk overzicht te geven van de privacyvoorwaarden per communicatietool, maar we geven graag toch volgende tips mee.

Een eigen website is een must voor scholen.

Wil je steeds eigenaar -en dus baas- van je content (verzamelnaam voor filmpjes, afbeeldingen, teksten, ... die je online plaatst) blijven, zorg dat je afbeeldingen dan op een eigen website staan. Daar ben je immers eigenaar van. Sociale media kunnen steeds beslissen om hun diensten stop te zetten of je afbeeldingen niet langer te bewaren, met een eigen website heb je dat probleem niet.

Verder is je website ook gewoon het online visitekaartje van je school. Het is je uithangbord en vaak het eerste wat potentiële nieuwe ouders gaan bekijken. Wil je graag je website vernieuwen maar weet je niet hoe eraan te beginnen? [GO! huisstijl biedt een standaard website aan voor een goede prijs.](#)

Pas op voor Google en Facebook

Hoe groter het bedrijf, hoe groter de kans dat ze de content die je op hun communicatiemiddelen zet ook zelf kunnen gebruiken of doorverkopen aan derden. Facebook en Google zijn hier het schoolvoorbeeld van. Wanneer je afbeeldingen of filmpjes op één van hun platformen plaatst, worden zij ongeveer mede-eigenaar van die content. Ze kunnen bijvoorbeeld een foto die je erop plaatst gebruiken voor reclamecampagnes of doorverkopen aan derden.

Let op: deze grote bedrijven beheren meer diensten dan je denkt: ook fotoplatform Instagram is bezit van Facebook. En wie blogt via Blogger geeft ook aan Google rechten om afbeeldingen te reproduceren, aan te passen of te publiceren.

Hoe kan je dan wel veilig afbeeldingen online verspreiden?

Ga in dialoog

Wanneer ouders toestemming hebben gegeven om afbeeldingen van hun kind op Facebook te plaatsen, kan je dit als school of ouderwerking nog steeds doen. De vraag is echter of je als school of ouderwerking ermee akkoord kan gaan dat een platform als Facebook zomaar mede-eigenaar wordt van deze afbeeldingen of filmpjes.

GO! ouders vindt het belangrijk dat de school vooral een bewuste keuze maakt, en dat in samenspraak met ouders. Dat kan in de ouderraad of schoolraad met een open dialoog, maar ook bijvoorbeeld door een gespreksavond met ouders hierover (op zoek naar een goede methodiek hiervoor? Ga eens kijken op www.go-ouders.be/methodiekenbundel).

Link door naar je website

Op je eigen website blijf je eigenaar van al je afbeeldingen en filmpjes. Je kan er dus voor kiezen om foto's niet rechtstreeks op Facebook te zetten, maar gewoon de link door te geven op Facebook. Zo kan je nog steeds genieten van de voordelen van het medium, maar bescherm je de privacy van je leerlingen.

Bekijk alternatieven

Diensten van Google of Facebook hebben als voordeel dat enorm veel ouders ze gebruiken, maar er zijn zeker ook alternatieven. Specifiek voor een schoolcontext zijn Smartschool en Gimme platformen die communicatie tussen ouders en school verzorgen en meer oog hebben voor privacy. Meer uitleg daarover vind je in deel 4. Voor klasblogs kan je opteren voor Wordpress, dat iets meer technische skills vraagt, maar waar je wel alle rechten op content behoudt.

Negatieve reacties online: voorkomen en reageren

Online communicatie via e-mail of sociale media is laagdrempelig. Wie een e-mail krijgt, kan in één minuut en met enkele muisklikken een antwoord versturen. Ook op sociale media kan je gemakkelijk reageren op wat de school of ouderwerking zegt. Dat levert vaak heel wat positieve feedback en appreciatie op, maar leidt soms ook tot negatieve reacties.

Iedereen kent wel een verhaal waarbij online communicatie uit de hand liep en in een negatieve spiraal terechtkwam. Soms leidt dit ertoe dat de betrokkenen het digitale kanaal of de communicatietool in kwestie verlaten of afzweren. Daarmee verdwijnen ook alle mogelijkheden en voordelen van digitale communicatie. Nochtans zijn er heel wat manieren om negatieve reacties te voorkomen én kan je er ook gepast op reageren.

Online negatieve reacties voorkomen: enkele tips op een rij

1. Zorg voor een schoolcultuur waar plaats is voor bezorgdheden of frustraties

Online communicatie staat niet los van de andere communicatie op school. De schoolcultuur en het onthaal op school beïnvloedt ook het online gedrag van ouders. Een directie drukte het als volgt uit:

“Wanneer een ouder van onze school met een probleem zit, staat de deur steeds open. Zo vermijd je ook dat mensen online hun gal spuwen.”

Als een ouder het gevoel heeft dat hij met een probleem ergens terecht kan en dat er ook geluisterd wordt, zal hij minder snel online frustraties uiten. Ook als dit gebeurt, kan je je dus afvragen hoe dit in de toekomst kan voorkomen worden. Weet dat ook ouders zelf geen voorstander zijn van discussies en moeilijke gesprekken online voeren.

2. Hou je online communicatie in het oog

Of het nu gaat over een mailbox, een online platform als Smartschool of Gimme of sociale media, telkens is het belangrijk dat iemand de communicatie in het oog houdt. Dit kan je doen door daar een iemand specifiek verantwoordelijk voor te maken. Kies daarbij voor iemand die het reeds gewoon is om bijvoorbeeld Facebook te bekijken en dit dus niet ervaart als extra planlast.

Een andere optie is om meldingen (per e-mail) in te stellen. Het medium dat je gebruikt stuurt je dan telkens een e-mail als er een nieuwe reactie verschijnt. Op de meeste digitale communicatiekanalen kan je deze meldingen instellen.

3. Maak het doel van en afspraken rond je digitale communicatie duidelijk

Veel digitale platformen laten toe dat je een korte beschrijving geeft over het doel van je pagina/account/communicatie. Gebruik die plaats om toe te lichten waarvoor het platform wel (of niet) dient. Zie voorbeeld Wijze Boom.

4. Gebruik je Facebook? Kies dan een pagina in plaats van een groep of profiel

Op Facebook kan je met je school kiezen voor een profiel, groep of pagina. We leggen hieronder het verschil uit en leggen uit waarom je best voor een pagina kiest.

Profiel

Iedereen die op Facebook actief wil zijn, moet dat met een profiel doen. Facebook vraagt ook dat achter elk profiel een reële persoon zit. Hier knelt meteen het schoentje voor scholen en ouderwerkingen. Wanneer Facebook ontdekt dat je een organisatie bent in plaats van een persoon, kunnen ze je account zonder pardon verwijderen.

Verder wil de keuze voor een profiel ook zeggen dat ouders met jou 'bevriend' moeten worden om de informatie van de school/ouderwerking te krijgen. Die 'vriendschap' op Facebook werkt in twee richtingen: als school of ouderwerking kan je ook alle privé zaken die een ouder op zijn of haar profiel zet zien. De vraag is maar of een ouder het leuk vindt dat je de foto's van de laatste vakantie of nachtelijke uitstap kan bekijken...

Facebookgroep

Facebookgroepen kan je vergelijken met kamers: het zijn plaatsen waar personen elkaar ontmoeten om te vergaderen, afspraken te maken, ideeën uit te wisselen, foto's te delen, ... De relatie tussen alle leden van de groep is horizontaal: iedereen bevindt zich als gelijke in de kamer. Er is wel een beheerder die de communicatie in de groep kan modereren, maar dit gebeurt in eigen persoon.

Facebookgroepen zijn erg handig om interne communicatie te regelen. Je kan er afspraken maken, vergaderverslagen delen of een evenement aan de kalender toevoegen. Voor werkgroepen of een ouderraad kan een groep toelaten om vergaderingen makkelijk op te volgen en ook te overleggen wanneer niet iedereen op school raakt. Belangrijk is wel dat iedereen dan ook op Facebook zit.

Voor grote groepen of communicatie die naar alle ouders gericht is, is een groep niet echt geschikt. Wil je eerder als organisatie naar alle geïnteresseerden communiceren, bij wijze van spreken van op je eigen podium? Dan is een groep, waar iedereen in de kamer even luid spreekt, niet interessant. Een school of ouderwerking die naar alle ouders wil communiceren, doet dit best via een pagina.

Facebookpagina

Met een Facebookpagina communiceer je als organisatie naar personen die je organisatie 'leuk vinden'. Door bij het bezoeken van je Facebookpagina op 'vind ik leuk' te klikken, krijgen zij de berichten die jij als organisatie uitstuurt in hun berichtenstroom in Facebook te zien. Zo blijven ze op de hoogte van wat jij als organisatie communiceert.

Als je met de Facebookpagina een nieuw bericht plaatst, communiceer je als school in plaats van in persoonlijke naam. Je pagina is daardoor ook 'je eigen plaats' op Facebook: je kan zelf beheren wat zichtbaar is en waarop gereageerd kan worden. Bovendien krijg je ook statistieken over het bereik van je berichten: je ziet hoeveel mensen het bericht gezien hebben, hoe vaak er op een link geklikt werd en hoeveel likes of deling je krijgt.

Besluit: kies als school of ouderwerking voor een Facebookpagina

Een Facebookpagina leent zich het best voor communicatie van je school of ouderwerking naar alle ouders. Voor kleine werkgroepen kan een Facebookgroep interessant zijn, op voorwaarde dat iedereen Facebook gebruikt. Wil je overstappen van een profiel of groep naar een pagina? Maak dan eerst een nieuwe pagina aan en nodig je vrienden of groepsleden uit om de overstap te maken door de pagina leuk te vinden. Sluit een maand later je profiel af of verwijder de groep.

Reageren op negatieve online reacties

Scholen of ouderwerkingen kunnen heel wat inspanningen leveren om negatieve reacties van ouders te voorkomen. Toch kan het nog steeds gebeuren dat iemand in een e-mail of op sociale media op een negatieve manier reageert. Hoe ga je hier dan mee om? We geven drie tips mee:

1. Bezint eer ge begint

Online of niet, op negatieve reacties reageren we vaak emotioneel. Neem daarom even de tijd voor je reageert. Dat laat je toe om afstand te nemen.

2. Zeg niets online wat je ook offline niet zou zeggen

Het digitale kanaal is dan wel een ander medium, het draait nog altijd communicatie tussen mensen, dus schrijf niks waar je 'in levende lijve' of op papier spijt van zou hebben.

3. Er bestaan richtlijnen!

Mediawijs.be ontwikkelde een informatieposter [Hoe reageer je als organisatie het beste op sociale media](#). Dit is een beslissingsboom, die je vragen stelt over de aard van het bericht en zo leidt naar de correcte manier van omgaan met een reactie. Bovendien vind je op deze poster ook een aantal algemene tips. Je kan de poster gratis downloaden in pdf op [mediawijs.be](#) of hem bestellen op A2 formaat. Zo hang je hem ter herinnering op in de leraarskamer of je vergaderlokaal.

4. Aan de slag, maar met welke tools?

'Het digitale kanaal' bestaat eigenlijk niet: er zijn online bijzonder veel verschillende tools en platform waarmee je naar ouders kan communiceren. GO! ouders selecteerde een aantal tools op basis van gebruiksvriendelijkheid, populariteit, kostprijs en de link met onderwijs.

Je eigen website

Wat?

Je website is je visitekaartje voor nieuwe ouders en infobord voor je huidige ouders.

Waarom?

- Je eigen website blijft de eerste plaats waar personen informatie over je opzoeken.
- Je bent eigenaar van alle inhoud die je erop plaatst, wat zekerheid geeft.

Hoe?

De grote valkuil bij het maken van een website is dat je vanuit je eigen organisatie vertrekt, terwijl de ervaring van de bezoeker centraal staat. Een goede website is als een wegwijzer in een luchthaven: hij brengt bezoekers zo snel en gebruiksvriendelijk mogelijk naar waar zij moeten zijn. Bij het ontwikkelen van een website is de centrale vraag: wat zijn de noden van mijn bezoekers? (de school contacteren, kind inschrijven, het menu opzoeken,...) Baseer je structuur hierop. En pas die ook regelmatig aan.

Kostprijs

Je domeinnaam en webruimte kosten geld. Meestal is dit niet meer dan 100 euro per jaar. Voor het ontwikkelen van een nieuwe website kan je bij [GO! Huisstijl](#) aankloppen. Zij hebben een basissjabloon voor scholen met eventueel extra mogelijkheden.

Mailchimp

Wat?

Een online programma om naar grote groepen personen e-mail of nieuwsbrieven te sturen in een professionele lay-out.

Waarom?

- Je digitale nieuwsbrief ziet er visueel aantrekkelijker en professioneler uit.
- Je krijgt statistieken over hoe vaak een e-mail geopend werd, wat wordt aangeklikt, hoeveel iets gedownload wordt, etc...
- Gebruiksvriendelijk én gratis tot 2000 geadresseerden
- Je kan geadresseerden ook indelen in groepen, bijvoorbeeld per klas



Hoe?

Surf naar mailchimp.com en maak meteen een account aan. Het programma draait volledig online in je webbrowser. Vanuit je nieuwsbrief kan je makkelijk linken naar je website of je kan er ook langere teksten in schrijven. Ook foto's en filmpjes kan je in de nieuwsbrief laden.

Kostprijs

Tot 2000 geadresseerden en 12000 verstuurd e-mails per maand is Mailchimp gratis. Voor gelijkaardige online programma's moet je meestal meteen betalen.

Gimme

Wat?

Een platform dat zich uitsluitend richt op communicatie naar ouders. Noemt zichzelf 'het briefje heruitgevonden'.

Waarom?

- Gericht op zoveel mogelijk gebruiksgemak voor ouders.
- Ouders kunnen instellen van welke klassen ze berichten willen ontvangen en welke niet.
- Alle communicatie kan je lezen op je profiel op [Gimme.eu](https://gimme.eu), maar je kan ook meldingen instellen zodat elk nieuw bericht in je mailbox komt.
- Afgesloten omgeving

Hoe?

Surf naar de gimme.eu website en maak een pagina aan voor je school of ouderwerking. Op deze pagina plaats je berichten. Je roept de ouders van de school op om op gimme.eu een account aan te maken, om vervolgens de school te 'volgen' (gimme heeft een voorbeeldbrief met uitleg voor ouders). Voor elk bericht kies je voor welk kanaal dit bedoeld is: één specifiek leerjaar, de hele school, de leden van de ouderwerking, ... Ouders kiezen zelf welk kanaal ze willen volgen.

Kostprijs

Gimme is gratis, maar om dit te kunnen realiseren, staat er wel reclame op. Deze staat wel los van de berichten of inhoud.

Facebook

Wat?

Het populairste sociale netwerk in Vlaanderen en de wereld. Maakt communicatie tussen personen onderling en organisaties mogelijk.

Waarom?

- Bijzonder veel personen brengen veel tijd door op Facebook. Je kan ze dus makkelijk bereiken
- Laagdrempelig voor interactie en betrokkenheid vanuit ouders.
- Bereik gaat verder dan ouders van de school

Hoe?

Om een Facebookpagina voor de school of ouderwerking aan te maken, heb je eerst een persoonlijk profiel nodig. Als je dit niet wil, maak dan een profiel aan met een schuilnaam en gebruik het enkel om de Facebookpagina te beheren. Facebook sleutelt regelmatig aan haar lay-out en functies, maar je krijgt bij het maken van een nieuwe pagina een duidelijke tutorial.

Kostprijs

Facebook gebruiken is gratis, maar er staat wel erg veel reclame op. Facebook gebruikt je gegevens ook voor bedrijven die willen adverteren en brengt de privacy van leerlingen ook in het gedrang door van alle beeldmateriaal ook zelf 'eigenaar' te worden.

Klasblogs

Wat?

Een blog is afkomstig van 'weblog' en stond oorspronkelijk voor een online dagboek. Op een klasblog komen ouders te weten wat er in de klas gebeurt. Vaak staat hier veel beeldmateriaal en soms zijn het de leerlingen zelf die een blog onderhouden. Handige blogwebsites zijn Blogger of Wordpress.

Waarom?

- Ouders krijgen graag een inkijk in de klas van hun kind. Met een klasblog krijgen ze heel gericht daarover info.
- Ouders krijgen de kans om ook betrokken te zijn bij de school zonder dat ze aan de schoolpoort hoeven te staan. Dit is immers niet voor elke ouder evident.

Hoe?

Kies een blogplatform dat bij je past. [Blogger](#) is erg gebruiksvriendelijk, maar zit in de Google portefeuille en kan voor fotomateriaal privacyproblemen opleveren. [Wordpress](#) biedt heel veel mogelijkheden, maar waarschijnlijk heb je iemand met wat ICT-kennis nodig om alles klaar te zetten. Benieuwd naar een school die al blogt? [Basisschool Wijzer](#) en [Europaschool Genk](#) zijn enthousiast!

Kostprijs

Bloggen is doorgaans gratis, tenzij je een domeinnaam wil kopen voor je blog.

Google Alerts

Wat?

Meldingen van Google wanneer er een nieuwe webpagina verschijnt over een zoekwoord naar keuze.

Waarom

Als er op het web iets verschijnt over jouw organisatie, kom je dat meteen per e-mail te weten. Je kan je online reputatie in de gaten houden.

Hoe?

Surf naar google.com/alerts en maak een account. Geef de zoekwoorden waarover je info wilt in. Stel in hoe vaak je hierover een e-mail wil.

Kostprijs

Gratis.

Recite

Wat?

Website waar je een korte tekst in een aantrekkelijke lay-out kan gieten en als afbeelding kan downloaden voor in je digitale communicatie.

Waarom?

Online communicatie wordt steeds visueler. Afbeeldingen trekken meer aandacht dan tekst. Bovendien geeft het je school een creatieve uitstraling.

Hoe?

Belachelijk eenvoudig! Surf naar recite.com. Typ je tekst. Kies een sjabloon. En downloaden maar!

Prijs

Gratis.



Canva

Wat?

Online lay-outprogramma waarmee je tekst in aantrekkelijke afbeeldingen kan gieten.

Waarom?

- Meer mogelijkheden dan bij Recite.com: je kan de plaats van tekst veranderen, zelf afbeeldingen invoegen, ...
- Ondanks het groter aantal mogelijkheden heel gebruiksvriendelijk.
- Canva voorziet het beste formaat voor een banner/facebookpost/poster/wenstkaart enz..



Hoe?

Alles gebeurt online in je webbrowser via canva.com. Je hoeft dus niets te installeren, gewoon naar de website surfen en een account maken.

Prijs

De basisafbeeldingen zijn gratis, voor andere lay-outs moet je betalen per afbeelding. Laat dit je niet afschrikken om Canva uit te proberen, er is genoeg gratis keuze!

Edsurge

Wat?

Nog niet gevonden wat je zocht? Op deze website vind je een overzicht van allerlei apps die handig zijn in het onderwijs. Bevat ook een heel leuk 'communicatie'.

Waarom?

Elke maand verschijnen er wel nieuwe programma's of apps die communiceren naar ouders makkelijker kunnen maken. Deze website houdt de vinger aan de pols.

Hoe?

Naar de website surfen en beginnen ontdekken, meer hoeft je niet te doen!

Prijs

Gratis.

Powtoon

Wat?

Maak je zelf ook graag eens een animatiefilmpje voor een aankondiging? Dat kan met Powtoon! [Bekijk hier een voorbeeld.](#)

Waarom?

Video wordt steeds belangrijker op het web. Zelf filmen of iemand inhuren kost veel geld. Met de basisversie van Powtoon maak je zelf een leuke video een uurtje tijd.

Hoe?

Alles gebeurt in je browser. Surf naar powtoon.com en maak een account aan. Het werkt een beetje als een powerpointpresentatie, met een aaneensluiting van slides. Je bepaalt hoelang elke slide zichtbaar is, en hoe lang elke figuur zichtbaar is. Erg gebruiksvriendelijk!

Prijs

De basisversie is gratis, wil je meer mogelijkheden, dan betaal je een vast bedrag per maand.

Met powtoon maak je eenvoudige animatiefilmpjes voor een aankondiging of ander bericht. Klik op het filmpje hiernaast voor een voorbeeld.



5. Meer weten?

Mail: ouders@g-o.be

Tel.: 02/790 94 64

www.go-ouders.be

GO! ouders vzw
Willebroekkaai 36
1000 Brussel