

Nieuwe school? Zo pakt de Nieuwe Linde de PR op

Tekst
Helga van Kooten



www.denieuwelinde.nl

Na de zomervakantie is Oisterwijk een basisschool rijker. Hoe hebben de initiatiefnemers de nieuwe school onder de aandacht gebracht? ‘Je kunt niet verwachten dat de kinderen vanzelf komen.’

‘Wij willen het onderwijsaanbod in Oisterwijk verrijken’, zegt Robert Nieuwenhuijse, voorzitter van onderwijsstichting de Nieuwe Linde. ‘Er is nu te weinig keus, vinden wij.’ De Nieuwe Linde wordt een buitenschool met als pijlers (i) emotionele veiligheid als basis om tot leren te komen, (ii) zorgen voor jezelf, elkaar en de wereld, en (iii) betekenisvol leren in relatie tot de maatschappij. In het onderwijs zullen elementen van jenaplan-, vrijeschool- en montessorionderwijs worden gebruikt.

Het bestuur, dat met twee of drie groepen hoopt te starten, bestaat uit drie ouders van kinderen in het primair onderwijs. ‘Maar wel allemaal van andere scholen. We raakten in gesprek over het onderwijsaanbod in Oisterwijk, en uiteindelijk zijn we bij de laatste optie aanbeland: dan doen we het zelf.’

PR beginfase: inzetten op samenwerking

Maar hoe laat je weten dat je een nieuwe school start? ‘Je kunt niet een bord op de deur hangen en dan verwachten dat de kinderen vanzelf komen.

We vinden het heel belangrijk mensen goed te informeren en de verbinding te zoeken. Toen wij onze officiële aanvraag bij de gemeente indienden, stond ons concept, was er een website en hebben we een persbericht de deur uit gedaan.’

Vóór die officiële aanvraag was er al contact met de verantwoordelijke wethouder en andere onderwijsstichtingen van Oisterwijk. En toen de aanvraag eenmaal was ingediend: met alle politieke partijen in de gemeenteraad. ‘De gemeenteraad moest toetsen of wij voldoen aan wettelijke criteria. Inhoudelijk hebben ze er formeel niks over te zeggen. We hadden in principe niets nodig en kwamen dus ook niet met onze hand omhoog. We wilden wel de

verbinding zoeken met het dorp, de dialoog aangaan en draagvlak creëren.’ Later in het traject zou de gemeente weer om de hoek komen, bij het zoeken naar huisvesting. ‘In een klein dorp zal je het toch met elkaar moeten doen. Het is van belang om op die samenwerking in te zetten. Niet te denken: wij kunnen alles alleen. Want zo werkt het niet. Dat was het pr-stuk in de beginfase.’

Eigen netwerk, sociale media en een-op-eengesprekken

Omdat er direct vragen kwamen van geïnteresseerde ouders, organiseerde het bestuur snel een aantal informatiesessies en zette het een nieuwsbrief op, waarvoor ongeveer tweehonderd mensen zich inschreven. ‘In de nieuwsbrief laten we zien hoe keuzes tot stand komen. Het is niet alleen maar een hallelujaverhaal. Soms moeten we zeggen dat we nog niet precies weten hoe iets in de praktijk vorm krijgt. We moeten veel keuzes maken, dat kost nou eenmaal tijd.’ Natuurlijk werden de eigen netwerken en sociale media ingezet, ook bij het aantrekken van adviseurs en leerkrachten.

‘Dan zie je dat je verhaal zich verspreidt. Dat is een proces dat je niet kunt forceren.’

Nu zijn er veel een-op-eengesprekken. ‘Ouders hebben allemaal net andere vragen. Het is ook niet niks om te kiezen voor een school die nog niet bestaat. Wij willen op al die vragen ingaan. Daar hebben we twee à drie avonden per week nu onze handen vol aan. Onlangs hebben we een presentatie gegeven voor kinderdagverblijven en peuterspeelzalen om onze plannen toe te lichten. Vanaf hier gaan we gewoon verder.’

Benieuwd naar de ontwikkelingen van de Nieuwe Linde? VBS volgt de school in 2021 op de voet en doet regelmatig verslag in de nieuwsbrief en dit magazine.

