

Herningsholmskolens Kommunikationsstrategi 2019-2022

1. Indledning

Herningsholmskolen er en folkeskole i Herning midtby med ca 700 elever; ca 650 elever i distriktskolen, hvoraf ca 60 elever går på afdelingen på Holtbjerg og ca 50 elever i vores specialafdeling for elever med kognitive vanskeligheder. Vi er en skole, der stiller store krav til de rammer, vores elever omgives af – både fagligt og socialt.

- Faglighed: Vi sætter barren højt både i hverdagen og ”på anderledes dage”. Vi har fire faguger om året, arbejder meget med åben skole (”ud af huset”), har en intensiv indsats i forhold til ordblinde elever, ser tværfaglighed som en selvfølge og samarbejder meget på årgangene. Vi bruger desuden holddeling som en aktiv del af undervisningen. Vi har høje forventninger til eleverne.

- Relationer og fællesskab: Vi vægter relationer på alle niveauer. Vi har et godt lejrskoleprogram. Vi bruger trivselspædagoger i dagligdagen i forhold til elever, der har særlige udfordringer, og vi samarbejder med eksterne omkring elever, der profiterer af tæt voksenstøtte. Vi bruger musik som en vej til et større fællesskab, både til samlinger og på særlige dage.

- Traditioner: Vi vægter traditioner højt. Vi samler alle elever til fællessamling en gang om måneden, vi har arrangementer på særlige dage omkring jul, fastelavn mv, og vi har hvert år en musikcafé/koncert for forældre.

- Forskellighed: Vi er stolte af at være en multikulturel skole med børn fra alle samfundslag og med stor etnisk ”spredning”. Forskelligheden er vores ansigt udadtil.

2. Formål

Formålet med Herningsholmskolens kommunikationsstrategi er at understøtte vores kerneværdier:

Fælles ånd – oplevelsen af samhørighed
Plads til alle – det giver indlevelse og indsigt
Høj faglighed – målrettethed, progression og ambition
Traditioner – samlingssted og fællesskab

Med vores kommunikation ønsker vi at opnå:

Gennemsigtighed
Bedst mulig kommunikation og dialog med blik for forskellige modtagegrupper
Oplevelsen af skolen som én enhed

3. Kommunikationskanaler

Vores primære kommunikationskanaler vil altid være de digitale platforme.

Aula (incl hjemmesiden)

Facebook

Trykte materialer

Mødeaktivitet

Presse

4. Fokusområder for Herningsholmskolens kommunikationsstrategi 2019-2022

- a. Kommunikation mellem skolens ledelse og forældre
- b. Kommunikation mellem skolebestyrelsen og forældre
- c. Branding/fortælling af den gode historie til omverdenen

5. Indsatser

Indsats	Forankring	Proces	Tidsplan
Kvartalsvist nyhedsbrev	Herningsholmskolens ledelse	Herningsholmskolens ledelse laver kvartalsvise nyhedsbreve omhandlende information, nyheder mv. fra skole og SFO	Skoleåret (løbende)
Opdatering af hjemmeside i Aula	Herningsholmskolens ledelse		Skoleåret (løbende)
Opdatering af skolebestyrelsens sider på den nye hjemmeside i Aula	Skolebestyrelsen (formand/næstformand)		Skoleåret (løbende)
Opdatering af Facebook efter hvert skolebestyrelsesmøde	Skolebestyrelsen (formand/næstformand)		Skoleåret (løbende)
Oprettelse af Instagram profil		Ledelsen opretter Instagramprofil. Retningslinjer for brug af Instagram. Involvering af elevrådet i forhold opdatering	Forår 2020
Retningslinjer/vejledning for brug af Herningsholmskolens sociale medier	Skolebestyrelsen		Forår 2020

6. Evaluering

Én gang årligt i skolebestyrelsen.