



#### Communicatie

Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
www.rijksoverheid.nl

#### Contactpersoon

[Redacted] / [Redacted]  
/ [Redacted]

#### Datum

20 augustus 2018

### Communicatie start nieuwe schooljaar

# memo

**Bij de start van het nieuwe schooljaar 2020/2021 besteden we gerichte aandacht aan de bijzondere situatie voor scholen. Vanwege het coronavirus is de start op scholen dit jaar anders dan anders. Daarom werken we niet alleen met aandacht op de dag zelf, maar is er ook een communicatiestrategie voor de lange termijn.**

#### Doelstellingen

- Scholen en onderwijspersoneel attenderen op de basisregels die (ook) gelden voor het onderwijs.
- Scholen en onderwijspersoneel een hart onder de riem steken voor dit nieuwe jaar.

#### Doelgroepen

- Scholen, besturen, schoolleiders en leraren, sectorbreed. Van po tot ho.

#### Tone of voice in de communicatie

- Feitelijk en neutraal. Waar mogelijk positief inspirerend.

#### Verschillende elementen

De communicatie rond de start van het nieuwe schooljaar kent verschillende elementen. Deze worden hieronder verder toegelicht.

- **Werkbezoek** op de dag dat scholen weer starten (wordt herhaald bij de verschillende startdata per region/sector)  
Op de dag van de start is hier aandacht voor via de social media kanalen van OCW en de minister – met specifieke aandacht voor de basisregels op scholen.
- Gedurende enkele weken worden er **advertenties** geplaatst op de Facebook- en LinkedIn-pagina van OCW met de belangrijkste basisregels.
- Voor de lange termijn (sept – dec) komt er een **campagne** over de opening van de scholen waarin scholen elkaar inspireren met voorbeelden en verhalen.

#### Werkbezoek op maandag 24 augustus

Op maandag de 24<sup>e</sup> gaan in regio Zuid de scholen weer open. De minister gaat die dag op bezoek bij een basisschool en een middelbare school en gaat in gesprek met leraren, ouders en schoolleiding over het onder meer bijzondere nieuwe schooljaar en de coronamaatregelen. Ook komt het afgelopen jaar aan bod en zal er gesproken worden over onderwijs op afstand.

Communicatie:

- Foto's en bericht van het bezoek op de Twitterpagina van OCW – kan gedeeld worden door de minister.

- Foto's en bericht van het bezoek op de Facebookpagina van OCW – kan gedeeld worden door de minister.
- In bovenstaande berichten een verwijzing naar de basisregels voor iedereen (<https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/08/18/houd-corona-buiten-de-deur>)
- Media: De Limburger heeft aangegeven graag aanwezig te zijn bij het bezoek.
- Via de LinkedIn-pagina van OCW verwijzen we naar [www.weeropschool.nl](http://www.weeropschool.nl) waar tips en handvatten voor scholen te vinden zijn, waaronder de posters voor scholen, protocollen etc.

### **Advertenties op social media vanaf 21 augustus tot circa 15 september**

Op de Facebook- en LinkedIn-pagina van OCW publiceren we vanaf 21 augustus advertenties die zijn gericht op de doelgroep schoolbesturen, schoolleiders en leraren. Deze advertenties tonen de belangrijkste basisregels, aangepast aan de context van school. In alle varianten wordt er doorgelinkt naar uitgebreidere informatie op [rijksoverheid.nl](http://rijksoverheid.nl).

Deze informatie wordt betaald ingezet, wat betekent dat deze hoofdzakelijk voor de doelgroep zichtbaar is. Daarmee verwachten we dat enkele honderdduizenden personen binnen de doelgroep deze informatie zullen zien.

### **Campagne gericht op voorbeelden van scholen in de periode september – december**

Naast het informeren over de kaders en wat er moet en mag, willen we scholen en leraren ook inspireren door casuïstiek. Daarvoor lanceren we in september een campagne 'klaar voor de start' waarbij allerlei verschillende typen scholen, leraren en ander onderwijspersoneel vertellen over hun ervaringen.

Deze campagne is sectorbreed en loopt van po tot ho. Centraal staan de verhalen vanuit het onderwijs, om zo te inspireren van, voor en door scholen. Al deze verhalen komen samen op een centraal platform.

De campagne is drieledig en start met een compilatievideo die interesse moet opwekken voor de campagne.

Vervolgens maken we een productie waarin allerlei verschillende mensen uit het onderwijs vertellen over hun voorbereidingen op het nieuwe schooljaar. op basis daarvan vindt er verdieping plaats door de verhalen van deze mensen te portretteren en te laten zien op de kanalen van OCW.

Ook hier wordt er weer gewerkt met een targetingstrategie, zodat zoveel mogelijk mensen in het onderwijs deze producties zien. Tevens werken we hiervoor samen met de sectorraden om het bereik te vergroten.

### **Tot slot**

Uiteraard houden we bij alle communicatie de ontwikkelingen in de gaten en sturen we bij waar dat gewenst of nodig is.