

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 6
van **KATHLEEN KREKELS**
datum: 19 juli 2019

aan **HILDE CREVITS**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN ONDERWIJS

Waardering lerarenberoep - Campagne 'Word een echte influencer'

Het lerarenberoep is een prachtige job. Toch staat dat lerarenberoep steeds meer onder druk. De planlast is hoog, de verwachtingen en maatschappelijke uitdagingen nemen toe. Heel wat leraren haken af. Ook de waardering van het beroep staat onder druk. En Vlaanderen zal de volgende jaren heel wat (bijkomende) gemotiveerde en gepassioneerde leraren nodig hebben.

Om het lerarenberoep opnieuw aantrekkelijker te maken en de waardering ervoor te verhogen, werd het startschot voor de campagne 'Word een echte influencer' gegeven om het lerarenberoep extra in de kijker te plaatsen. Leraren fungeren daarin zelf als rolmodel. De campagne loopt van 23 april tot 5 oktober 2019.

1. Kan de minister een overzicht geven van de acties die worden ondernomen in het kader van deze campagne?
2. Wat zijn de te verwachten resultaten van deze campagne?
3. Met betrekking tot de evaluatie van deze campagne:
 - a) Wanneer wordt de campagne geëvalueerd?
 - b) Hoe en op basis van welke parameters wordt de campagne geëvalueerd?

ANTWOORD

op vraag nr. 6 van 19 juli 2019

van **KATHLEEN KREKELS**

1. Voor de start van de campagne werden volgende acties ondernomen:
- pre-launch op de sid in beurzen, met een campagnestand
 - persconferentie en officiële lancering, door de minister, op 23 april 2019

De campagne startte op 23 april en loopt tot en met 5 oktober 2019. Volgende acties vormen een onderdeel van de campagne:

- opstart website www.echteinfluencer.be
 - advertenties via Google
 - via de zoekfunctie
 - via het Display netwerk
 - via YouTube
 - een sociale media campagne op Instagram, Twitter en Facebook zowel via betalende advertenties als organische berichten via de accounts van Onderwijs Vlaanderen
 - advertenties op Facebook en Instagram met video's en banners / boodschap: doe mee en word leraar
 - oproep om campagnebeelden te delen
 - getuigenissen over 'echte influencers'
 - oproep om postertool op website te gebruiken
 - samenwerking met MNM:
 - o 3 uitzendingen van 'Generation M' (13-14-15 mei 2019) over leraren als influencers
 - o Acties op de dag van de leraar (vrijdag 4 oktober 2019)
 - de webpagina's van www.onderwijsvlaanderen.be over de lerarenopleiding werden vernieuwd
 - op verschillende events van Onderwijs Vlaanderen werd de campagne zichtbaar gemaakt (vb. via banners, een presentatie, ...)
 - er is een algemeen email-adres waar burgers terecht kunnen met vragen over leraar worden
 - er werd een toolbox, met campagnematerialen, ter beschikking gesteld van alle stakeholders (lerarenopleidingen, vakbonden, koepels en het GO!, steden, ...)
2. In het bestek werden volgende verwachtingen opgenomen:
- Meer jongeren met sterke profielen maken een positieve keuze voor de lerarenopleiding. Daarom moet er voor de SID-in's al een eerste voorstel zijn van actie gericht op dit publiek.
 - Meer kandidaat -leraren beslissen na het behalen van hun diploma lerarenopleiding om effectief in het lerarenberoep te stappen
 - Meer mensen die vroeger een diploma van leraar behaalden, mensen met technische en beroepscompetenties en ervaring in het beroepsleven, mensen die zich willen heroriënteren of omscholen, kiezen voor een lerarenopleiding of voor het lerarenberoep.
 - Minder leraren verlaten vroegtijdig het onderwijs.

- Een positieve vibe en waardering creëren in de samenleving voor de lerarenopleiding en het lerarenberoep zonder de huidige leraren het gevoel te geven dat zij niet meer goed genoeg zijn.

Het spreekt echter voor zich dat in een kortlopende communicatiecampagne met een beperkt budget niet al deze verwachtingen volledig ingevuld zullen kunnen worden.

3. a. De campagne zal geëvalueerd worden eind 2019 – begin 2020.

b. Voor de evaluatie zullen verschillende criteria gebruikt kunnen worden, hierbij kan gedacht worden aan:

- voor de social media campagne zijn er cijfers voorhanden zoals aantal kliks, shares, conversies, ...
- de inschrijvingscijfers in de lerarenopleidingen en/of voor de instaproef voor de lerarenopleidingen.
- Een bevraging naar tevredenheid over de campagne bij de verschillende stakeholders.