



Stort brandingprojekt gav tydelige værdier på Kildegård Privatskole

Side 3-9

“De stræber efter det ypperste” - en skoleleders rapport fra privatskolernes tur i Singapore

Side 10



- 3 Hvor mange kender skolens værdier?**
Kildegård Privatskole har gennemført et stort branding-projekt for at styrke værdierne. I dag er ingen i tvivl om, hvad der er vigtigt på skolen.
- 6 Værdierne kommer først**
Al branding tager udgangspunkt i organisationens reelle værdier. Interview med brandingekspert Morten Gjøøl, som har hjulpet med Kildegård Privatskoles brandingprojekt.
- 9 Et engagement, der smitter**
De stræber, de arbejder stenhårdt - og de tænker også selv. Men mest af alt er de stolte og begejstrede, lyder det fra skoleleder Lars Peter Nitschkes efter DP's tur til Singapore.
- 12 Invitation til skolemadskonference**
Økologisk landsforening inviterer til gratis konference i Ishøj den 3. november.
- 14 Stort fremmøde til DP's årsmøde**
I alt 330 repræsentanter fra 97 skoler deltager i årsmødet. Det er det største antal siden 2006.
- 14 Kort nyt**
Opsamling af de vigtigste nyheder fra den sidste måned, bragt på www.privatskoleforening.dk

DP kalender

Kurser / møder	Dato	Tilmelding	Sidste frist
International Network Meeting 2010	28. oktober	Sekretariatet	Overskredet
Årsmøde	29-30. oktober	Sekretariatet	Overskredet
Netværk på Kongebrogaarden	23.-25. november	Sekretariatet	Overskredet
Seminar for nye skoleleder	25. november	Sekretariatet	25. oktober
Bestyrelsesseminar, Middelfar	28. - 29. januar 2011		
Skolelederkonferencen, Svendborg	10. - 11. marts 2011		



Både lærere og elever har arbejdet med skolens værdier i forbindelse med Kildegård Privatskoles brandingprojekt.

Hvor mange kender skolens værdier?

Kildegård Privatskole har gennemført et stort brandingprojekt for at udvikle og styrke skolens værdier. Det har været et kæmpe arbejde - men i dag er ingen i tvivl om, hvad der er vigtigt på skolen.

Af Morten Reil Sørensen

I dag hænger skolens værdier på væggene i alle klasselokaler og på gangene, ja selv på lærerværelset kan man se og læse det: Kildegård Privatskole står for Professionalisme, Dannelse, Trivsel, Kreativitet og Traditioner. Plakaterne er sammen med skolens nye værdifolder det synlige bevis på, at Gentofte-skolen i det sidste halve år har arbejdet intensivt med skolens værdier. De blev formuleret i 2007, men der var et problem: Værdierne var ikke blevet optimalt implementeret i organisationen.

”Udfordringen er altid: Hvor mange kender værdierne? Medarbejderne kender dem i en periode, og så ebber det lidt ud. Omverdenen kender dem måske ikke, men kan finde dem på vores hjemmeside. Vi ville skærpe det. Og vi ville skærpe det konkrete omkring værdisætningerne og tydeliggøre, hvad vi rent faktisk gør her på skolen, som understøtter værdierne,” siger skoleleder Hans Kristensen.

Alt er gennemarbejdet

Derfor valgte Kildegård Privatskole i starten af året at igangsætte et brandingprojekt i samarbejde med en af forældrene, brandingekspert Morten Gjøl. Og det har været et stort arbejde. Fra februar til august har en arbejdsgruppe med elever, lærere og ledelse arbejdet med skolens værdier på i alt otte aftenmøder á fire timer. Og ind imellem møderne har en af skolens lærere, brandingekspert Morten Gjøl og skoleleder Hans Kristensen tilbragt et utal af timer med at forfatte en værdifolder, som på 24 sider præsenterer skolens værdier med



Ny værdifolder

Kildegård Privatskole har udformet en ny værdifolder med skolens fem værdier: Professionalisme, Dannelse, Trivsel, Kreativitet og Traditioner. Hver af værdierne præsenteres sammen med en række værdisætninger, som uddyber og konkretiserer skolens værdier. I folderen kan man også læse skolens mission og vision samt få lidt at vide om skolens historie. Værdifolderen fungerer som skolens eksterne præsentation af værdierne.

Desuden har Kildegård Privatskole forfattet en kort, intern skrivelse med essensen af skolens værdier - et sammenkog af, hvad man skal gøre, når man møder op på skolen. Den gør det lettere for eksempelvis en vikar og nye lærere at finde ud af, hvad der forventes.

tilhørende værdisætninger.

"Aftenmøderne tager den tid, de tager. Men ud over det har vi siddet på mit kontor og skrevet teksten til værdifolderen, og der er ikke ét bogstav, som ikke er blevet overvejet. Så er der opfølgning på møder, planlægning af møder, planlægning af hele arbejdet - vi har også fået lavet plakater, og vi har haft tilknyttet en fotograf og en art director, der har hjulpet med at lave design," fortæller Hans Kristensen.

Værdier på væggen

Første del af udviklingsarbejdet blev afsluttet i august med udgivelsen af Kildegård Privatskoles nye værdifolder. Og den 8. september var det så lærerkollegiets tur til at arbejde med værdierne. Her blev skolens 65 lærere inddelt i fem grupper, som fik udleveret plakater med en af værdierne påtrykt - og så gik opgaven ellers ud på at konkretisere og sætte ord på værdierne. Hvad vil det for eksempel sige at være Professionel - og hvad betyder værdien Kreativ i det daglige arbejde? Det kom der en række plakater ud af, som i dag udsmykker lærerværelset. Og tre uger senere gik stafetten så videre til eleverne på en temadag. Her arbejdede 9. og 10. klasserne på store A1-plakater ud fra stort set samme oplæg som lærerne. Først skulle de skrive deres fortolkninger af den enkelte værdi på røde og grønne post-it-sedler, alt afhængig af om udsagnet var godt eller skidt. I forhold til værdien Professionalisme resulterede det for eksempel i røde sedler med udsagn som "jeg laver ikke de lektier, der ikke interesserer mig" og "en uforberedt lærer", mens værdiplakaten samtidig blev plastret til med 'grønne' udsagn i stil med "jeg tager godt imod besked under en fremlæggelse". Til sidst vedtog klassen de bedste udsagn og skrev dem ind på plakaterne.

Kreativitet udfordrer mest

Nogenlunde samme proces blev gennemført i 7. og 8. klasse, hvor eleverne skulle sætte billeder på skolens værdier. Her illustrerede nogle elever for eksempel Professionalisme med en edderkop, der laver sit spind, mens legende børn i gården blev brugt som et billede på værdien Trivsel. På mellemtrinet og i de mindste klasser arbejdede eleverne med at sætte ord på skolens værdier, blandt andet ud fra fortrykte udsagn som "Jeg lærer noget, når...". Og ifølge Hans Kristensen er det helt tydeligt, at arbejdet har båret frugt.

"I stedet for bare at sige "sådan er det", så har eleverne virkelig arbejdet med værdierne. Og lige nu mærker vi i huset, at der bliver snakket meget værdier - også imellem elever og forældre. Det vil så ebbe ud - det gør det jo altid - og så er næste udfordring at tage det op igen med jævne mellemrum," siger Hans Kristensen. Første skridt er en kursusdag for lærerne i starten af det nye år. Her kommer der til at stå "Kreativitet" på dagsordenen.

"Lærerne skal blandt andet mødes i faggrupperne og diskutere Kreativitet. Det er en meget udfordrende værdi, hvorimod værdien Professionalisme - det kommer bare som skidt fra en spædekalk, for der ved alle, hvad vi er. Det samme med Traditioner, Trivsel og Dannelse. Men



Hvordan afspejles værdien Kreativitet konkret i undervisningen? spørger Skoleleder Hans Kristensen, som her underviser i fysik/kemi.

Kreativitet? Hmm...hvad gør vi lige i for eksempel fysik/kemi og historie? Det vil vi godt udfordre lærerne omkring,” siger Hans Kristensen. Skolelederen er også godt klar over, at han selv skal være skarp på skolens værdier. Men det ser han udelukkende som noget positivt. ”Udfordringen for mig bliver at forholde mig til dem, der stikker ud i forhold til værdierne - det kan være medarbejdere, elever eller forældre - og der er det jo en hjælp, at vi har været igennem det arbejde her. At vi klart har beskrevet, hvad der er okay, og hvad der ikke er,” siger Hans Kristensen og tilføjer, at den nye værdifolder også er fantastisk at have, når man ansætter medarbejdere.

Ikke bare et hurra-arbejde

Samtidig styrker brandingprojektet naturligvis også skolens eksterne markedsføring. Og det er efter Hans Kristensens mening utrolig vigtigt i en kommune som Gentofte, der har et velfungerende, kommunalt skolevæsen. Da projektet og den nye folder blev præsenteret på et forældremøde, tog forældrene da også imod med massive klapsalver og kommentarer om, at indsatsen i forhold til skolens værdier ”ikke bare var sådan et hurra-arbejde”. Her var arbejdet i dybden. Selv kan skolelederen også mærke en tydelig effekt, for eksempel i forhold til de USP’er (Unique Selling Propositions), som han selv har været med til at formulere som en del af processen med at skrive værdisætningerne i værdifolderen. Det er konkrete eksempler, der forklarer, hvad de fem værdier rent faktisk betyder for skolens virke.

”Hvad er det, der gør, at vi kan skrive om værdien Professionalisme i folderen? Det er for eksempel: På Kildegård Privatskole underviser lærerne i deres linjefag. Vi er max 24 elever i klassen. Vi har deletimer. Vi har terminsprøver, vi har årsprøver, vi har...” kommer det i højt tempo fra skolelederen, inden han afbryder sig selv for at give eksempler på USP’er til den næste værdi:

”Okay, værdien Trivsel: Vi arbejder systematisk med ”Trin for trin”, Klasse-trivsel.dk eller ”Fri for mobberi”. Og vi har... og så videre. Det er dét, vi gør konkret - og det kunne jeg ikke sige for to år siden. Det er nyt. Og det, synes jeg, er fedt.”



”Det svære ved brandingprojekter er altid implementeringen. Der er det enormt vigtigt at få folk involveret og aktiveret, og få dem til at have holdninger omkring værdierne,” siger brandingekspert Morten Gjøl.

Værdierne kommer først

Al branding tager udgangspunkt i organisationens reelle værdier. Sådan lyder budskabet fra brandingekspert Morten Gjøl, som i det sidste halve år har hjulpet Kildegård Privatskole igennem en grundig brandingproces.

Af Morten Reil Sørensen

”Når man ikke ved - og kan sige - hvad man står for, så bliver kommunikationen uklar,” mener brandingekspert Morten Gjøl. Og det var sådan, han oplevede situationen til et møde på Kildegård Privatskole, hvor interesserede forældre var inviteret til at bidrage til udviklingen af skolens markedsføring.

Her var ellers mange gode forslag. Men de stak i alle retninger, fordi skolen trods sine fem formulerede værdier - Professionalisme, Dannelse, Trivsel, Kreativitet, Traditioner - ikke havde et tilstrækkeligt defineret værdigrundlag at bygge sin branding på. Det var simpelthen for uklart, hvad værdierne egentlig betød, og hvilken rolle de spillede i dagligdagen. Morten Gjøl foreslog derfor, at hans børns skole skulle tage sig tiden til først at undersøge og udvikle værdierne.

”Al branding og værdiledelse starter med værdierne. Der er mange,



der starter med at formulere en vision, men så kommer man til at opstille en vision, der ikke hænger sammen med de værdier, man har. Det er vigtigt at holde fast i kulturen på stedet og få afdækket, hvilke bidrag de forskellige interessentgrupper yder til den kultur,” siger Morten Gjøl, som er brandingekspert og partner i konsulentfirmaet MovingBusiness.

På Kildegård Privatskole kom det til at betyde en lang proces, hvor en arbejdsgruppe med deltagelse af skolens forskellige interessenter i løbet af otte aftenmøder gennemførte forskellige kreative øvelser. Her skulle de sætte ord på, hvad man som elev, forældre og ansat på skolen rent faktisk *gør* - og ikke, hvad man *ikke gør*. Grundlæggende handlede det om at sætte sig 'i kundens sted' og undersøge, hvad der adskiller Kildegård Privatskole fra andre skoler.

”Når folk arbejder mindre professionelt med værdier, bliver værdierne ofte introverte. Der sidder typisk nogen i bestyrelsen og siger: Det her er vores værdier. Dem skal vi bare fortælle om verdenen. Men man glemmer at undersøge, om værdierne er interessante for omverdenen - som i det her tilfælde både er de ansatte, elever, forældre og verden udenfor,” siger Morten Gjøl og fortæller, at et led i processen også var at udforme positioneringsdiagrammer med Kildegård Privatskoles markedsposition i forhold til konkurrenterne.

Implementeringen er lykkedes

I starten af september blev arbejdsgruppens arbejde så præsenteret for skolens lærere på en aften, hvor de blev bedt om at sætte ord på, hvad skolens værdier konkret betyder i deres daglige arbejde. De 65 lærere blev delt i fem grupper, som hver skulle sætte ord på én af værdierne i form af plakater, der i dag hænger på lærerværelset. Siden har alle skolens elever gennemført lignende øvelser.

Resultatet af brandingprocessen er også blevet præsenteret på forældremøder - og for at nå ud til alle, har eleverne endda udformet hver et postkort med de fem værdier, som de har sendt hjem til forældrene. På den måde er både elever, lærere og forældre 'blevet tvunget til' at få værdierne ind under huden i langt højere grad, end hvis de bare havde fået præsenteret dem med ord.

”Det svære ved brandingprojekter er altid implementeringen. Der er det enormt vigtigt at få folk involveret og aktiveret og få dem til at have holdninger omkring værdierne. Og det er lykkedes til fulde her. Da vi præsenterede hele brandplatformen var det til applaus fra forældrene, så det var jo superfedt. Jeg tror, at rigtig mange har syntes, det var en god skole, som de godt ville anbefale - men hvorfor er det, den er god? Jamen, det er noget med, at der er styr på tingene, og at eleverne virkelig får lært noget. Men her får man en mere detaljeret forklaring på, hvorfor skolen er, som den er,” siger Morten Gjøl.

Skolen har også lavet en ny værdifolder, hvor skolens værdier, mission, vision og historie præsenteres under sloganet ”Dannelse til uddan-





nelse". Med den i hånden er det blevet lettere at vælge skolen - enten til eller fra.

"Man kan tage værdierne én for én og så synes jeg, at de står klart og tydeligt. Og så har vi lavet en masse tunge, faglige øvelser, hvor man positionerer omkring for eksempel kvalitetsopfattelse, prisniveau, trivsel i forhold til andre skoler - og så er vi kommet frem til en markedsposition, som for Kildegård bedst udtrykkes i den pay off, der hedder 'Dannelse til uddannelse'. Ligesom når Nokia siger Connecting People, så siger Kildegård 'Dannelse til uddannelse' - som dækker rigtig godt over det, skolen står for," siger Morten Gjøl. Og tilføjer, at det også passer godt med, at Kildegård Privatskole sender en højere procentdel afgangselever videre til gymnasiet i forhold til folkeskolerne i Gentofte Kommune.

Ekstern markedsføring

Næste skridt i Kildegård Privatskoles brandproces bliver så at tilpasse hele skolens kommunikationsplatform, så der er overensstemmelse imellem budskaberne. Hele vejen rundt. For nok skal skolens markedsføring 'kun' opfylde de fem værdier - hverken mere eller mindre - men det er så til gengæld også vigtigt, at hele organisationen er gennemsyret af værdierne.

Det gælder for eksempel den information, der bliver givet til nye forældre om Kildegård Privatskoles børnehaveklasse. Her skal børnehaveklasser folderen blandt andet revideres - i øvrigt af den samme lærer, som i første omgang lavede den ud fra sin egen fortolkning af skolens værdier, men som med skolens nye værdifolder nu har helt anderledes fast grund under fødderne. Hjemmesiden skal også laves om, så den er bygget op om skolens værdier frem for som nu at bære præg af det it-system, den er baseret på.

"I nogle tilfælde retter vi til. I andre er det forfra, fordi noget ligger så langt fra, at det kan ødelægge en stor del af brandprocessen. Det er klassikeren med, at man kun skal begå én fejl, før det går galt. Sådan er det med alle stærke brands - nu kan man så udfordre lærerne på det," siger Morten Gjøl og forklarer:

"Danske Bank er jo et fantastisk eksempel med deres "Gør det du er bedst til". Den kampagne havde kørt i tre eller fire år - og så sidder der nogle, der ikke gør deres arbejde ordentligt og låner penge til IT Factory uden at tjekke, om tingene er i orden. Så falder alting jo til jorden med et brag. Så det med at kalde sig professionel virker ikke længere, og det er en af grundene til, at Danske Bank nu prøver at kalde sig den billige bank," siger Morten Gjøl og tilføjer, at det hele handler om autenticitet og konsistens.

"Et brand skal være autentisk - det er ikke bare en kåbe, man tager på eller en farve, man vælger. Og hvis man kun gør det halvt, så virker det kun i en kort periode. Branding er et projekt, der fortsætter i al uendelighed."



Skolelederbesøg i Singapore:

Excellence and quality

”Et smittende engagement i at yde det allerbedste”, er det indtryk, der står mest klart i erindringen efter mødet med en række skoleledere i Singapore på DP’s tur i oktober. De gennemgående ord i skoleledernes beskrivelse af deres skoler og lærere var: ”Excellence, devotion, character, expectation og quality”.

Af skoleleder Lars Peter Nitschke, Klostermarksskolen

Denne stræben efter det ypperste er et gennemgående træk i hele Singapores 700 km² store ø-samfund med cirka 5 millioner indbyggere. Det er denne stræben efter det bedste, som har udviklet Singapores skolesystem til dets høje status, såvel i renommé og attraktiv arbejdsplads for lærere og ledere som i elevernes resultater i diverse internationale elevtests. Og det er attraktivt og højstatus at være lærer i Singapore. Lønnen er på akademikerniveau, og lærere rekrutteres blandt de bedste 30 procent afgangselever fra universiteterne, og kun 20 procent af ansøgerne optages på den 1-årige læreruddannelse på NIE, som almindeligvis er en pædagogisk overbygning til en universitetsuddannelse i de fag, som den studerende senere skal undervise i.

De tænker også selv!

Vores skandinaviske skepsis over for test og ranking og bekymring ved et så resultatorienteret skolesystem, fik vi rig lejlighed til at luften i samtaler med og spørgsmål til de afdelings- og skoleledere, som vi

Singapores imponerende arkitektur

Allerede ved indflyvningen bliver Singapores 10 millioner årlige turister og gæster modtaget af en imponerende skyline, der i arkitektonisk udførelse udtrykker ø-folkets stræben efter det ypperste. Seneste udvidelse i verdensklassearkitekturen er en 20.000 m² betonplatform med færgefacon, der i 240 meters højde er lagt oven på tre skyskrabere ved havneindsejlingen, og som rummer verdens største casino, et vandland og en park med palmer og græsplæner!

mødte i vores uge i Singapore. Naturligvis nuanceres billedet. Her kendes også til fagligt svage elever, pressede lærere og kritiske forældre. Skolen rummer en stor portion af "caretaking", omsorg og støtte til den enkelte i form af AKT-lærere, forældrerådgivning, supervisionsgrupper for lærere osv. Et tema for Singapores skolesystem er den holistiske undervisning, tværfaglig projektorientering, og her var de meget nysgerrige, fordi de forestiller sig, at de kan lære noget af os.

Vi oplevede, såvel i de formelle som de uformelle samtaler, en gruppe skoleledere med et meget nuanceret syn på deres undervisning. De havde en åben og ærlig erkendelse af de faktiske forhold, som de selv reflekterer kritisk over, langt mere end det normalt kommer til udtryk i omtalen af det verdensberømte skolesystem. Men det gennemgående træk var en meget smittende stolthed og begejstring parret med skyhøje ambitioner -såvel hvad angår deres land og deres elever som deres egen karriere i skoleverdenen.

Her kan vi lære rigtig meget. Danmarks Privatskoleforenings tur gav lyst til at prøve ambitionerne af.





Fakta om uddannelsessystemet i Singapore:

En national strategi

Ministry of Education (MOE) har i samarbejde med læreruddannelsen på National Institute of Education (NIE) iværksat et systematisk program, der skal sikre målrettet udvikling og høje ambitioner i alle led i skolesystemet. For elever, lærere og ledere.

Eleverne skal udfolde deres evner til det allerbedste i den daglige undervisning, men naturligvis mest åbenbart i forbindelse med den afsluttende prøve efter 1.-6.kl i primary school. En prøve, hvor resultatet bliver afgørende for muligheden for optagelse på det rette niveau i secondary school. Secondary schools er i deres 4-5 årige forløb ligesom de efterfølgende 2-3 år på highschool organiseret, så eleverne altid har mulighed for ved en ekstra indsats at "rykke op" til et højere niveau i et eller flere fag og evt. afkorte vejen til optagelse på universitet. Elevernes indsats bliver igennem hele skoleforløbet desuden præmieret med forskellige "awards", der under stor bevågenhed tildeles både for den faglige indsats og for elevens sociale engagement i omgangen med kammerater og lærere.

Lærerne skal yde deres allerbedste, altid være i gang med udvikling af deres pædagogiske potentiale og faglige uddannelse iht. en individuel lærerplan, som er udarbejdet i samråd med skolens ledelse og "staff developer". Til gengæld giver fremskridt og resultater kontant udbytte i form af en årlig lønbonus (på 10-12% af en årsløn), som tager udgangspunkt i bl.a. den "karakter" på en femtrins skala (A-E), som alle lærere modtager i slutningen af skoleåret. Forventningen om udvikling er understøttet af adgang til 100 timers årlig efteruddannelse til alle lærere inden for én af 3 karriereveje som lærer: et ledersspor, et faglærerspor og et pædagogisk (superlærer-) spor.

Lederne, skoleledere og faggruppelødere, er i obligatorisk uddannelse og supervision, og de bliver årligt evalueret af et panel af repræsentanter fra MOE, NIE og en superintendent, som er nærmeste overordnede for skoleledelsen på 7-10 skoler. Skolernes ledelse udvælges, uddannes og placeres af MOE, og lederkarrieren rummer således adgang til advancement, idet alle skoleledere bliver omplaceret med højst 7 års interval på en af de godt 300 skoler, som MOE's skolevæsen består af.

Skolemadskonference

Fra holdning til handling

Onsdag d. 3. November

Tid: 10.00-16.00

**Sted: Strandgårdskolen, Ishøj Søvej 200,
2635 Ishøj. Tlf. 43731269**

Arrangør: Økologisk Landsforening

Konferencen gennemføres i samarbejde med Strandgårdskolen, Ishøj Kommune.

Formålet med konferencen er at formidle viden om velfungerende skolemadsordninger, der har sundhed, økologi og maddannelse i højsædet.

Se programmet med inspirerende oplæg fra Strandgårdskolen, Københavns Madhus og Ålborg Universitet på næste side. Foruden oplæg på konferencen vil du få mere viden om Fødevarestyrelsens informationsmateriale om skolemad, samt møde andre udstillere.

Det er gratis at deltage i konferencen.

Det koster dog 100 kr for mad og drikke.

**Tilmelding elektronisk senest 25.oktober
på: www.okologi.dk/skolemad**

Der er begrænset deltagerantal på 100 personer.

Forslag til evt. overnatning: Ishøj Vandrehjem, Danhostel Ishøj Strand, Ishøj Strandvej 13, 2635 Ishøj, tlf. 43535015.

Er du online, find Strandgårdskolen på kort. Klik her!

For mere info kontakt: Dorte Ruge, Projektleder for Økologisk Landsforening. dr@okologi.dk tlf. +45 28909056.

Konferencen gennemføres med tilskud fra Fødevareministeriet og projekt 'Økologi i Skolen'. Se mere på: www.okologi.dk/skole



Program

Onsdag den 3. nov. kl. 10 - 16



Tid	Oplægsholder	Oplæg
10.00-10.25	Lokal politiker, Niels Borre Formand for Social- og Sundhedsudvalget, Ishøj kommune.	Behovet for en sundhedsindsats i Ishøj Kommune. Kommunens sundhedstilstand.
10.25-11.00	Afdelingsleder, Kristian Eventdt og skoleleder, Birgit Lise Andersen	Præsentation af Strandgårdsskolen og aktiviteter omkring sundhed, mad, økologi.
11.00-11.05	Spørgsmål.	
11.05-11.35	Mikkel Jacobsen Projektleder EAT, Københavns Madhus	Velfungerende madordninger i Københavns Kommune.
11.35-11.40	Spørgsmål.	
11.40-12.10	6. årg. v. Rasmus Frederiksen Lærer i Natur og Teknik.	Undervisning i sundhed og økologi i 6. Klasse.
12.10-12.30	Sofie Husby Food and People, Ålborg Universitet.	Måling af effekt af undervisningsforløb: Hvad er økologi?
12.30-13.20	Frokost	
13.20-13.50	Kristian Eventdt	Rum til bevægelse og sund mad - rundvisning på skolen.
13.50-14.00	Dorthe Kloppenborg, Økologisk Landsforening	Tak for mad - og overrækkelse af det økologiske spisemærke.
14.00-14.25	Dorthe Kloppenborg	Det Økologiske Spisemærke - hvad kan du bruge det til?
14.25-14.45	Sofie Husby (AAU), Dorte Ruge (ØLF)	Giver økologisk skolemad mere sundhed? (Chen He og Bent Egberg Mikkelsen, Ålborg Universitet 2010).
14.45-15.10	Kaffepause	
15.10-16.00	Paneldebat - i panelet sidder: Morten Kromann, University College Lillebælt. Laila Venø, Center for Børn og Unge. Mette Toftegaard, Fødevarerstyrelsens kontor for Ernæringsoplysning.	Fra holdning til handling - hvad skal der til ? Kan man lægge om til økologi indenfor det samme budget? Hvilket vidensgrundlag kan vi få fra Alt om Kost Rejseholdet? Hvordan arbejder vi sundheds-pædagogisk med maden?



Stort fremmøde til DP's årsmøde

Danmarks Privatskoleforenings årsmøde 2010 kommer til at løbe af stabelen med deltagelse af 330 repræsentanter fra ialt 97 forskellige privatskoler. Til årsmødemiddagen bliver der dækket op til 343. Der har ikke været så mange deltagere til DP's årsmøde siden 2006.

Kort nyt:

Opsamling af de vigtigste nyheder bragt på www.privatskoleforening.dk den sidste måned:

15.10.

Kreavison

Velkommen til temadagen onsdag den 3. november 2010, hvor Det Pædagogiske Selskab valgt at fokusere på kreativitet og visionær tænkning.

08.10.

Rejseholdet

Skolens rejsehold har været på besøg på Børneskolen Bifrost i Herning.

06.10.

Omtale af Realskolen gennem 200 år

Realskoleværket er blevet omtalt i mange aviser og tidsskrifter. følg med i artiklerne, som vi lægger op løbende.

04.10.

Informationsmøder

Danmarks Privatskoleforening afholdt i uge 39 informationsmøder for skoleledere og bestyrelsesmedlemmer. Du kan læse mere om mødernes forløb samt hente materialet, der blev brugt.

04.10.

Årsberetning 2010

Skolerne har modtaget årsberetningen med posten omkring 1. oktober. Årsberetningen sendes endvidere til alle bestyrelsesmedlemmer på deres privatadresse.

30.09.

Fra sikkerhed til arbejdsmiljø

Med reformen pr. 1. oktober 2010 for arbejdsmiljøarbejde på virksomhederne og dermed også de private skoler får arbejdsmiljøarbejdet en mere målrettet og kontinuerlig udvikling end tidligere.

24.09.

Ny medarbejder i DPs sekretariat

Ny konsulent pr. 1. november 2010 hos Danmarks Privatskoleforening.

21.09.

Nationale test

Danmarks Privatskoleforening har afholdt møder om de nationale test.

20.09.

Lønsammenligneren

Danmarks Privatskoleforening og Frie Skolers Lærerforening er nu klar med lanceringen af en fælles lønsammenligner, som input til de lokale forhandlinger på de enkelte skoler.

20.09.

Omklassificering af SFO-afdelingsledere

SFO-afdelingsledere i SFO'er med et børnetal over 159 omklassificeres i henhold til overenskomst mellem BUPL og Danmarks Privatskoleforening fra skalatrin 46 til 47, med virkning pr. 1. oktober 2010.

16.09.

Nye regler for arbejdsmiljøarbejdet

Den enkelte arbejdsplads vil fremover i højere grad kunne forme samarbejdet om et bedre arbejdsmiljø efter sine behov. Ledelsen skal involvere sig stærkere for at styrke arbejdsmiljøarbejdet.

14.09.

Seminar for nye skoleledere

Er du ny(ere) skoleleder? Så skal du deltage i vores dagseminar den 25. november i DGI-byen, København.

13.09.

Kursus i Frie Grundskolers Sekretærforening

Den 17. - 19. november afholder vi det årlige kursus i Frie Grundskolers Sekretærforening. Kurset afholdes på Hotel Svendborg, og programmet er som altid rigtig spændende og inspirerende!

Nyt Om Privatskolerne udgives af:

Danmarks Privatskoleforening, Ny Kongensgade 10,
1472 København K, Tlf. 33 30 79 30, Fax: 70 20 26 43
www.privatskoleforening.dk

Redaktør:

Morten Reil Sørensen
Kurt Ernst (ansv.)

Foto:

Omar Ingerslev, Bo Leihof, Jakob Holm