

De C van Seculier

Stel je voor: je komt op een open dag van een Montessorischool. De deur staat open en ouders lopen naar binnen. Vaak met hun kinderen. De aula zit vol. Je pakt een kop koffie en zoekt een plaatsje in de zaal. Op het podium staat een tafel met daarachter een scherm met het logo van de school. Grote letters: 'Montessorischool'. Een vriendelijke dame neemt het woord:

*“Goedenavond ... beste ouders, beste kinderen. Welkom op onze school! Onze school is een Montessorischool. Dat wil zeggen dat wij kinderen en ouders uitdagen om na te denken over *wat voor hèn Montessori-onderwijs* is. In onze lessen hebben we soms aandacht voor Montessori-onderwijs. Maar ook voor Daltononderwijs, Jenaplanonderwijs en alle andere onderwijsvisies die de wereld rijk is. Zodat uw kind wat meekrijgt van de wereld en oog krijgt voor diversiteit. Dat vinden we belangrijk.*

We hebben samen met onze medewerkers gekeken naar wat ons bindt als school. Ik lees u een stukje voor uit ons identiteitsdocument:

Onze school heeft een lange traditie van Montessori-onderwijs. Maar we willen een welkom bieden aan alle mensen, ook zonder Montessori-achtergrond. Wel moet iedere nieuwe medewerker verklaren geen bezwaar te hebben tegen collega's die staan voor Montessori-onderwijs”

Zeg eens eerlijk: zou jij kiezen voor deze school?

Dit verhaal is natuurlijk fictief. Niemand presenteert zijn school op een dergelijke manier, toch? Als je een Montessorischool *bent* dan *sta* je ook voor Montessori-onderwijs. Je kindvisie, je methodologie, je toetsing, alles grijpt terug op een gemeenschappelijk kader: zo pakken wij het hier aan.

In de praktijk van de Betekenisfabriek mogen we vaak ervaren dat scholen die kiezen voor een scherpe identiteit zich ontwikkelen tot sterke merken. Scholen die zelfbewust zijn en weten welke waarde ze hebben in de levens van leerlingen, ouders en voor hun omgeving. Scholen die medewerkers weten te binden rond een inspirerende identiteit en *staan* voor de consequenties. Dat vinden we schitterend. We hebben een voorliefde voor het omzetten van drijfveren van medewerkers naar een sterke identiteit die leidt tot een sterk merk.

Niet kiezen is verliezen

Een identiteit benoemen betekent dat je keuzes moet maken. En die keuzes kunnen betekenen dat niet iedereen zich kan vinden in de gekozen lijn. Een mooi voorbeeld om de kracht van keuzes te illustreren is een mythe uit de retail: *Op een beurs voor verlichting stonden de chef inkoop van V&D, HEMA en de Bijenkorf de nieuwste lampen en armaturen te bewonderen. De chef inkoop van de HEMA koos voor het eenvoudige simpele ontwerp. De collega van de Bijenkorf koos voor het elegante luxe ontwerp. En de chef inkoop van V&D zei: “Doe mij de rest maar.”*

We weten allemaal wat er met V&D is gebeurd. Sterke merken maken scherpe keuzes. En scherpe keuzes maken schept een duidelijke verwachting bij je klant. Daarmee moedig je klanten aan om een fundamentele keuze te maken.



Hoe scherp kiest het christelijk onderwijs?

In het christelijk onderwijs gelden dezelfde principes: keuzes maken vanuit je diepste drijfveren resulteert in een sterk merk. Verschillende scholen hebben dit goed begrepen en laten een levende christelijke identiteit terugkomen in hun merk. Met positieve gevolgen: een flink aantal evangelische en gereformeerde scholen groeit, ondanks de secularisatie en/of demografische krimp.

Dagopening en vieringen

Een stuk moeilijker ligt het bij scholen die weliswaar in de christelijke traditie staan, maar hun identiteit de afgelopen jaren weinig bewust hebben benoemd en gevoed. De dialoog voeren over de 'C op de gevel' blijkt dan ineens taai. Het goede gesprek over christelijk onderwijs is in het verleden vaak uit de weg gegaan of heel algemeen gehouden. Scholen houden zich vast aan vieringen bij christelijke feestdagen en een dagopening. Soms met gebed, een beetje afhankelijk van de medewerker in kwestie. Op de vraag: *"Wat maakt jullie school een christelijke school?"*, komen de vieringen en de dagopeningen dan ook het vaakst terug. En daar wordt nog wat aan toegevoegd: *"We geven hier niet beter onderwijs dan op de openbare school, die collega's doen hun werk ook prima. Net zo bevlogen als wij."*

De C bindt ons niet ... ze verdeelt ons

Ook blijkt er veel verdeeldheid te zijn onder medewerkers. De een wil terug naar een strak regime van godsdienstonderwijs, verplichte dagopeningen - met gebed - en aandacht voor de geloofsachtergrond van sollicitanten. De ander is nooit gevraagd naar een geloofsachtergrond en voelt zich met een humanistische levensvisie - tot nu toe - prima thuis op de school. Voor je het weet slaat de verdeeldheid om in discussie en verwarring, die zelfs persoonlijke trekjes krijgt. Medewerkers beseffen ineens dat ze onderling sterk verdeeld zijn in hun diepste drijfveren. En dan is je school er een waar je op eieren moet lopen. De christelijke identiteit is onbedoeld onbespreekbaar geworden.

De consequentie is een vaag geformuleerde identiteit. Een identiteit waar niemand op tegen kan zijn, maar die ook geen liefhebbers aan zich weet te binden. Een identiteit zoals het Montessori-verhaaltje aan het begin van dit stuk (vervang het woord 'Montessori' maar eens door 'christelijk' en check of het je dan wat bekender voorkomt).

De worsteling binnen het christelijk onderwijs doet ons - als vakmensen in identiteitsmarketing - pijn. Maar het is nog veel pijnlijker voor bevlogen medewerkers die niet kunnen benoemen wat hen bindt, voor gedreven schoolleiders die niet kunnen sturen op de waarde van hun school, voor leerlingen die duidelijkheid nodig hebben en voor de eer van God zelf. Daarom hieronder twee keuzes die we steeds terugzien in het kunnen benoemen van de identiteit binnen christelijk onderwijs. Keuzes die - mits je ze bewust maakt - bijdragen aan een scherp identiteitsbewijs.

Twee principiële keuzes voor de identiteitsontwikkeling van een christelijke school

Keuze 1: Roeping of betekenis?

Voor christelijke scholen is het bij uitstek noodzakelijk om vast te stellen WIE bepalend is in het benoemen van haar bestaansrecht. Hierbij maken we nadrukkelijk onderscheid tussen twee paradigma's:



- *Betekenisbewustzijn (of: purpose)*: onze school gaat uit van de drijfveren van mensen en het verschil dat zij gezamenlijk willen maken voor leerlingen, ouders, de omgeving en God zelf.
- *Roepingsbewustzijn (of: destiny)*: onze school gaat uit van Gods verlangen met onze school. Wij kijken bij ons bestaansrecht niet naar wat wij - als mensen - willen, maar wat Gods plan is met ons.

Je kunt je voorstellen dat een identiteitstraject er in beide paradigma's totaal anders uitziet. Bij betekenisbewustzijn organiseer je panelgesprekken, houdt je surveys, onderzoek je de maatschappelijke vraagstukken. Bij roepingsbewustzijn creëer je met een aantal mensen de context waarin God kan spreken. Door de Bijbel te openen, door ruimte voor gebed, door aanbidding en door gehoorzaamheid.

Kiezen voor betekenisbewustzijn

Bij een keuze voor betekenisbewustzijn kom je waarschijnlijk voor de vraag of je nog van een christelijke school kunt spreken. Soms blijkt er wel degelijk sprake te zijn van een christelijke school. Vanuit een sterk gemeenschappelijk gedragen verlangen voor God ("Wij willen kinderen laten zien hoe mooi het is om Jezus na te volgen").

Maar het is waarschijnlijker dat je identiteitstraject vanuit betekenisbewustzijn leidt tot een identiteitsbewijs dat ook voor een openbare school zou kunnen opgaan. Je christelijke erfgoed of medewerkers spelen dan meer een rol in de onderbouwing van je identiteit (bijvoorbeeld: "Wij geloven dat ieder mens unieke talenten heeft gekregen, omdat we geleerd hebben dat God ons zo gemaakt heeft.").

Een goede vraag is deze: merk je dat je de christelijke identiteit 'erbij' formuleert, omdat ze ook een plek moet hebben? In dat geval moedigen we je aan je christelijke signatuur te heroverwegen. Er is - menselijkerwijs - niets mis met een openbare school met een christelijk verleden. Maar het is gekunsteld om een christelijke identiteit te formuleren die er feitelijk niet (meer) is.

Kiezen voor roepingsbewustzijn

Mocht je echter de conclusie trekken dat God zelf in het bestaansrecht van je school voorziet, dan mag je ervoor kiezen om Zijn leiding te vragen in jouw school. Menselijke verschillen, leerlingenaantallen, inspectienormen en examenrendementen - hoe belangrijk ook - komen daarna wel. Je bestaansrecht krijg je van God zelf. Een school met een roeping dus. Als het gezag van je school bij God ligt, betrek Hem en Zijn Woord dan in je identiteitsbewijs. We zien steeds vaker mooie voorbeelden van identiteitstrajecten waarbij het verstaan van Gods stem voorop staat. Met schitterende resultaten. En bijzonder genoeg: juist in de ruimte die ontstaat in de onderlinge gesprekken. Identiteit is niet langer wat mensen scheidt, maar wat God aan mensen verbindt.

Keuze 2: Eerst de principes, dan de praktijk

De tweede gouden regel heeft te maken met de consequenties van een (ambitieuze) identiteit. Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen je principes en je praktijk. We maken maar al te vaak mee dat een organisatie pas durft te kiezen voor een identiteit als alle consequenties in kaart zijn. En zo gebeurt het dat vanuit mogelijke consequenties het identiteitsbewijs wordt afgezwakt ("Collega X moet zich er wel in kunnen vinden" of: "Ik weet niet of dit aanspreekt bij de ouders").

Zo werkt het niet. Het resultaat wordt vaag en sprankelt niet meer. En dat is logisch: je kunt niet van de haalbaarheid laten afhangen wat je diepste overtuigingen zijn. Het vaststellen van een identiteitsbewijs is net

als het aangaan van een huwelijk. Je kiest ervoor ... zonder zekerheden of angst voor mogelijke gevolgen.

Principieel.

En nu: hoe ziet jouw open dag eruit?

Zoals gezegd: scherpe keuzes leiden tot sterke merken. Bij onderwijsorganisaties is dit niet anders. We moedigen je daarom van harte aan om een bewuste keuze te maken. Een keuze die je in staat stelt om je identiteit vlijmscherp te formuleren. En we helpen je daar graag bij.

Paul Mersmann, juli 2017

www.debetekenisfabriek.nl