

## Management response

Onderwerp van externe evaluatie	Online lesmagazine 'WAW'
Uitgevoerd door	C-Lever.org m-Village, Paleizenstraat 44 (postbus 66) 1030 Brussel, België 0032 (0)2 290 28 19 <a href="mailto:info@c-lever.org">info@c-lever.org</a>
Datum ontvangen definitief eindrapport	14-04-2021
Datum validatie management response	01-06-2022

### 1. Korte beschrijving van de evaluatie

Deze externe evaluatie van het online lesmagazine 'WAW: Werk aan de Wereld' werd uitgevoerd in de periode 20/01/2021 tot 10/03/2021 door Wendy Braeken en Hilde Geens (C-Lever.org).

De focus lag op de gebruikservaring, waardering en noden van (potentiële) gebruikers (leerkrachten lager onderwijs) en stakeholders die abonnementen (kunnen) aankopen voor gebruikers. De resultaten van de evaluatie worden gebruikt om het bereik, de waardering en de impact van WAW te vergroten, en spelen een rol bij de strategische keuzes voor het nieuwe programma 2022-2026 van Studio Globo.

Centrale evaluatievragen:

1. In welke mate en om welke redenen waardeert men het aanbod van Waw?
2. In welke mate en op welke manier gebruikt men het aanbod van Waw in de klaspraktijk? Welke zijn hierbij bevorderende en belemmerende factoren?
3. Welke noden ervaart de doelgroep m.b.t. lesmateriaal omtrent thema's WO en wereldburgerschapeducatie? In welke mate beantwoordt WaW hieraan (inclusief eindtermen WO)?
4. Wie maakt momenteel gebruik van het aanbod en welke kenmerken typeren hen? Hoe kan WaW het bereik bij de doelgroep vergroten? Welke factoren bevorderen of belemmeren het nemen van een betalend abonnement?
5. Ervaart de doelgroep een effect van werken met WaW bij de leerlingen? Ervaart men dat hierdoor solidariteit en verbondenheid bij de leerlingen en op klasniveau worden versterkt?
6. Ervaart de doelgroep een effect van werken met WaW bij zichzelf? Versterkt dit op langere termijn de motivatie en capaciteit om in de klas te werken rond mondiale thema's en campagnes van onze partners (11.11.11, Broederlijk Delen, Welzijnszorg)?

Bovenstaande vragen komen overeen met verschillende DAC-criteria, nl. efficiëntie (vragen 2 en 4), relevantie (vragen 1 en 3), doeltreffendheid (vragen 5 en 6), duurzaamheid (vraag 6) en impact (vragen 5 en 6).

Methodologie (mixed methods dataverzameling):

Kwantitatief luik:

- analyse van beschikbare data: abonnementslijst, clickratio's, data abonnees van de nieuwsbrief,...
- online bevraging (69 respondenten)

Kwalitatief luik:

- panelgesprek met medewerkers Studio Globo (5)
- individuele interviews met medewerkers van partnerorganisaties (3)
- individuele interviews met geabonneerde leerkrachten (6)
- bevraging via telefonisch gesprek of mail van actoren zonder abonnement, met input van leerkrachten (4), directie (5), 'dagpassers' (7), medewerkers van GROS-raden en/of gemeentelijke cellen van lokaal mondiaal beleid (3)

Belangrijke conclusies en lessen:

- 1) **M.b.t. bereik van de WAW** – De WAW bereikt vooral leerkrachten in gemeenten en dorpen, minder in de steden. Er wordt een aanzienlijke groep leerkrachten levensbeschouwelijke vakken van het officieel onderwijs bereikt, ook al is deze groep niet als specifieke doelgroep bepaald (we richten ons tot alle leerkrachten van het basisonderwijs). Het merendeel van de abonnementen zijn individueel; betalende promoties worden veelvuldig gebruikt. 25% draagt de kosten voor het eigen abonnement.
- 2) **M.b.t. het vergroten van het bereik** – Het lesmagazine geniet reeds enige bekendheid, maar er is ruimte voor verbetering. Er worden verschillende pistes voorgesteld om de WaW en het aanbod zichtbaarder te maken (bv. via andere educatieve activiteiten van Studio Globo, gespecialiseerde kanalen, meer visuals om het aanbod te tonen,...). De prijs is realistisch voor scholen, maar kan wegen op het klasbudget van leerkrachten. De digitale vorm wordt positief beoordeeld.
- 3) **M.b.t. het gebruik van de WaW** – De inhoudelijke en didactische kwaliteit van het lesmateriaal wordt in hoge mate gewaardeerd op vele vlakken: uitwerking per graad, diversiteit in aanbod, koppeling met leerdoelen, beeldvorming,... Het aanbod komt tegemoet aan noden in het lager onderwijs m.b.t. solidariteitseducatie en wordt door leerkrachten op verschillende manieren gebruikt. Hoewel gebruikers tevreden zijn over de keuze van de thema's, worden niet alle thematische magazines evenveel gebruikt. Ook minder zichtbare rubrieken (bv. 'activiteiten voor iedereen') kennen een lager gebruik. De brede keuze van sociale thema's kan zorgen van overlap met andere organisaties; duidelijke inzet op bepaalde expertisevelden kan Studio Globo's meerwaarde in de verf zetten.

- 4) **M.b.t. het effect van WaW bij leerkracht en leerling** – De WaW wordt ervaren als een ondersteuning bij het bereiken van eindtermen ('Wereldoriëntatie' en 'Interlevensbeschouwelijke competenties') en als bijdrage tot verbondenheid en solidariteit. Het lesmagazine beantwoordt bovendien aan noden die in het Vlaamse onderwijs leven, zoals aangetoond in de rapporten van de peilingsproeven en de onderwijsinspectie.
- 5) **M.b.t. monitoring en evaluatie** – Basisgegevens van abonnees worden reeds opgevolgd, maar door deze te verfijnen en periodiek naast gebruiksdata te leggen, kunnen evoluties beter zichtbaar worden. Contactopname met abonnees in het kader van M&E kan tegelijk dienen als bekendmaking.
- 6) **Evaluatie op basis van DAC-criteria**
  - Efficiëntie: Het ontwikkelproces is erg arbeidsintensief waardoor weinig tijd overblijft voor communicatie met gebruikers en regelmatige M&E. Efficiëntiewinsten zijn mogelijk via herziene werkorganisatie en schrappen in minder essentieel aanbod.
  - Relevantie: Gebruikers zijn erg tevreden over het aanbod dat sterk aansluit bij hun noden. WaW biedt met name ondersteuning binnen WO en levensbeschouwelijke vakken. De relevantie kan nog worden verhoogd op verschillende manieren.
  - Doeltreffendheid / impact: Het huidige bereik is laag. Deze beperkte evaluatie liet niet toe het effect op leerling en leerkracht betrouwbaar in te schatten. WaW zet leerkrachten wel aan tot kennis van en deelname aan andere activiteiten, zowel van Studio Globo als andere organisaties. Het bereik kan vergroot worden door ook in te gaan op noden van leerkrachten levensbeschouwelijke vakken en samenwerkingsverbanden aan te gaan met aanverwante actoren.
  - Duurzaamheid: De WaW omvat materiaal dat langere tijd gebruikt kan worden. Inhoudelijk draagt het aanbod bij tot de bewustwording rond de SDG's.
  - Social return on investment (efficiëntie – effectiviteit): De kosteffectiviteit is momenteel laag o.w.v. de combinatie van arbeidsintensieve ontwikkeling en laag bereik. De WaW heeft echter veel sterktes om de toegevoegde waarde te verhogen (o.a. kwalitatief aanbod, expertise van het team).

## 2. Aanpak uitwerking management response en validering

Deze management response werd uitgewerkt door het beleidsteam van Studio Globo, met ondersteuning door Benjamin Steegen (MEAL-verantwoordelijke). Daarbij werd gebruikt gemaakt van bevindingen tijdens volgende bijeenkomsten:

- de bespreking van de bevindingen tijdens de sensemaking bijeenkomst op 25 maart 2021 (beleidsteam en betrokken verantwoordelijken)
- de bespreking van de resultaten op het redactieoverleg van WaW op 27 april 2021
- de bespreking op het overleg van het beleidsteam van 23 februari 2022.

De management response werd op 1 juni gevalideerd door het Beleidsteam Studio Globo.

### 3. Bespreking van de aanbevelingen

In het onderstaand schema duiden we bij elk van de geformuleerde aanbevelingen in het evaluatierapport volgende elementen aan:

- of we de aanbeveling *accepteren*: niet, gedeeltelijk of volledig;
- welke *prioriteit* we er willen aan geven: krijg dit permanente aandacht, is hier opvolging nodig op korte termijn, op middellange of lange termijn. Dit laatste betekent dat het wordt meegenomen doorheen het volgende meerjarenplan;
- in de kolom 'response' *motiveren* we ons standpunt;
- in de rechterkolom geven we aan welke *opvolging* er reeds wordt gegeven of welke *verbeteractie* in de planning zal worden opgenomen.

## Evaluatie van de aanbevelingen, prioriteiten, stappenplan voor de opvolging

Gebruikte waarden

Acceptatie: 0 = niet | 0,5 = gedeeltelijk | 1 = volledig

Prioriteit: P = permanente aandacht | K = korte termijn | ML = middellange termijn | L = lange termijn (doorheen volgend meerjarenprogramma)

	<i>aanbeveling</i>	<i>acceptatie</i>	<i>prioriteit</i>	<i>response (motivering standpunt)</i>	<i>opvolging / verbeteractie</i>
4.1	Toegevoegde waarde creëren door het bereik en gebruik te verhogen				
A	<p>Mogelijkheden om het bereik te vergroten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>actiever inzetten op bekendmaken van de WaW (actievare communicatiestrategieën)</li> <li>verhogen van de zichtbaarheid door gebruik te maken van visuals, promofilmmpjes;</li> <li>een duidelijke toelichting van het aanbod.</li> </ul>	1	K	<p>Op dit vlak zien wij veel ruimte voor zichtbare verbetering van het bereik door concrete acties. De opvolging van dagpassers en niet-geactiveerde abonnementen via scholen en gemeenten heeft veel verbetermarge. We erkennen dat promotie essentieel is. Zelfs leerkrachten en scholen die SG kennen, kennen WaW nog te weinig. Enthousiasme over het kwalitatieve product kan aanstekelijk werken, dus het is belangrijk dat leerkrachten elkaar erover zien vertellen. Ook binnen de eigen organisatie is WaW nog te weinig gekend.</p>	<p>* Kennis binnen SG versterken: geagendeerd op de Team BaO dag van 21/4/2022 en de tweedaagse van SG op 7-8/6/2022. We nodigen collega's uit om hierover mee na te denken.</p> <p>* Info rond WaW nadrukkelijker en enthousiasmerend brengen tijdens VLO's en ABC-sessies (wordt opgenomen met educatieve medewerkers).</p> <p>* Dagpassers actief opvolgen: gebeurt reeds sinds oktober 2021 (o.a. aparte mailings i.v.m. 11.11.11 actie).</p> <p>* Promotie versterken: actie is voorzien in budget 2022, en we zoeken actief naar expertise rond promotie.</p> <p>* WaW-getuigenissen worden opgenomen in nieuwe voorstellingsbrochure (2022).</p> <p>* We experimenteren met een gesloten Facebookgroep waarin WaW-gebruikers kunnen uitwisselen.</p> <p>* We onderzoeken de haalbaarheid van het organiseren van webinars (zie ook 4.3.B).</p>

	<i>aanbeveling</i>	<i>acceptatie</i>	<i>prioriteit</i>	<i>response (motivering standpunt)</i>	<i>opvolging / verbeteractie</i>
B	Actief en blijvend ontsluiten van bestaand materiaal en eerdere thema's op educatieve fora om bereik en gebruik te verhogen.	0.5	ML	We kiezen er niet voor het volledige archief blijvend beschikbaar te maken, zodat we bestaande werkvormen en thema's kunnen updaten en hergebruiken (efficiëntie). Bovendien zijn steeds de laatste 9 edities zichtbaar, maar kunnen abonnees oudere nummers nog steeds bereiken met de originele URL.	* We bekijken een uitbreiding naar 12 (i.p.v. 9) nummers beschikbaar stellen met de websitebouwer. * We bekijken of we bepaalde onderdelen van WaW af en toe meer zichtbaar maken op KlasCement en verkennen andere educatie fora.
C	WaW 'gratis' aanbieden voor een hogere kosteffectiviteit, groter bereik en minder administratieve last van individuele abonnementen.	0	nvt	Het gratis aanbieden van producten past niet binnen ons prijzenbeleid. Bovendien is het voor SG van belang om eigen inkomsten te genereren om subsidies te verkrijgen. Wel kan een WaW-abonnement deel uitmaken van een pakketprijs, zodat leerkrachten kennismaken met dit aanbod. Bovendien beschikken leerkrachten die deelnamen aan IUEP (en het volgende jaar niet) aldus een aanbod om tijdens dat jaar te werken aan de wereld in de klas.	* Bij een VLO-bezoek krijgt elke student een jaarabonnement, dat inbegrepen is in de pakketprijs. * We verkennen een jaarabonnement voor leerkrachten die deelnemen aan IUEP. Een voorwaarde is dat WaW bij deze doelgroep dan ook actief gepromoot wordt, zodat het aanbod effectief gebruikt wordt.
D	Andere inkomstenbronnen verkennen, bv. (a) een schoolabonnement dat meerdere activiteiten bevat, (b) financiële bijdrage van een organisatie voor de uitwerking van specifieke thema's.	0,5	ML	We moeten realistisch omgaan met deze aanbevelingen. (a) Het uitrollen van een schoolabonnement heeft heel wat praktische drempels. We denken niet dat scholen daar vragende partij voor zijn. (b) We merken een drempel bij organisaties voor dit model: het eindproduct blijft betalend en dus niet zomaar verspreidbaar voor de organisatie. SG heeft wel de knowhow om thema's educatief te vertalen, maar WaW moet de SG-focus	* (a) We willen een beter zicht krijgen op welke scholen met welk materiaal aan de slag gaan. Op die manier kunnen we beter inschatten als er vraag zou zijn naar een schoolabonnement. * (b) De formule van campagneabonnees 11.11.11 is een waardevolle piste om verder te verkennen bij andere partners.

	<i>aanbeveling</i>	<i>acceptatie</i>	<i>prioriteit</i>	<i>response (motivering standpunt)</i>	<i>opvolging / verbeteractie</i>
				behouden. Hoe flexibel kunnen we hierin zijn zonder onze eigenheid te verliezen? Organisaties met gelijklopende thema's als SG hebben zelden de financiële middelen hiervoor.	
E	Actieve opvolging van het gebruik biedt de mogelijkheid om snel in te spelen op (nieuwe) behoeften/noden.	1	K	We erkennen dat er verbeterkansen liggen, o.a. bij het opvolgen van abonnementen gekocht door derden (school, gemeente, GROS,...) die niet worden geactiveerd. Effectief gebruik leidt tot klantenbinding en wordt best actief aangemoedigd.	* Prioritaire actie: we onderzoeken samen met de websitebouwer wat hiervoor technisch nodig is (o.a. drempels wegnemen voor betalen en activeren van abonnementen, opvolgen van inloggen, slapende abonnees contacteren,...).
4.2	Toegevoegde waarde creëren door in te spelen op specifieke noden				
A	Inspelen op tekorten in onderwijs op vlak van levensbeschouwelijke vakken door sterker in te zetten op leerkrachten levensbeschouwelijke vakken als bijkomende doelgroep.	0	nvt	Het online lesmagazine raakt een aantal interlevensbeschouwelijke thema's aan, maar dat is niet de focus. Het is positief dat leerkrachten van verschillende vakken aansluiting vinden bij ons aanbod, maar we willen de logica niet omkeren. We focussen op de doelstellingen van WaW en maken geen aanbod specifiek voor deze leerkrachten.	Geen actie
B	Inspelen op tekorten in onderwijs op vlak van WO	1	P	De doelstellingen van WaW sluiten nauw aan bij de WO-thema's. De door de evaluator vastgestelde tekorten in onderwijs op vlak van WO bieden een opportuniteit om nog meer versterkend te werken voor de doelgroep.	* Blijvend inzetten op het versterken van het WO-aanbod, om nog beter aan de noden van deze doelgroep te beantwoorden. * Concrete verbeterpunten worden besproken en opgevolgd via de WaW-werkgroep.
C	Inspelen op de vraag van leerkrachten en scholen naar vakoverschrijdend werken	1	P	WaW speelt reeds in op de vraag naar vakoverschrijdend werken, en dit verdient blijvende aandacht.	* Blijvend inzetten op vakoverschrijdend werken.

	<i>aanbeveling</i>	<i>acceptatie</i>	<i>prioriteit</i>	<i>response (motivering standpunt)</i>	<i>opvolging / verbeteractie</i>
D	Inspelen op de vraag van leerkrachten en scholen naar de uitwerking van sociale thema's die moeilijker aan te brengen zijn	0,5	P	Heel wat moeilijk aan te brengen thema's zijn reeds verweven in ons aanbod (bv. armoede), andere thema's behoren niet tot onze focus en expertise (bv. pesten). Daarmee willen we ons bijgevolg niet profileren.	* Blijvend inzetten op het uitwerken van moeilijke thema's, voor zover deze aansluiten bij de eigen focus en expertise.
E	Inspelen op de nood aan ondersteuning van beginnende leerkrachten (WaW aanbieden als ondersteuning).	0.5	K	We beschouwen WaW als een belangrijke vormingstool om in de lerarenopleiding te werken aan bepaalde competenties. Daarnaast zijn studenten in de lerarenopleiding de toekomstige beginners waarvoor ons aanbod versterkend kan werken. We streven ernaar deze doelgroep maximaal met WaW kennis te laten maken.	* Bij een VLO-bezoek krijgt elke student een jaarabonnement, dat inbegrepen is in de pakketprijs. Deze groep zien we als de toekomstige 'beginnende' leerkrachten. * Nog sterker inzetten op de bekendmaking hierrond (ook tijdens vormingen) en consequent opvolgen dat de codes worden meegegeven.
4.3	Toegevoegde waarde creëren door WaW een functie toe te kennen in het bredere geheel				
A	WaW positioneren als aanvulling op het educatieve aanbod van Studio Globo, bv. als toeleidingsactiviteit voor het educatieve aanbod, en/of een continu aanbod voor de leerkrachten van de lagere graden.	1	K/ML	We erkennen de waarde van deze aanbeveling.	* We positioneren WaW als aanbod naast ons ander aanbod. In het 'kader lesmappen' voegen we toe dat er in een nieuwe lesmap ook een expliciete verwijzing komt naar WaW (met de uitnodiging om permanent rond onze thema's te werken). * In WaW-nummers wordt doorverwezen naar ander (eigen) aanbod dat past bij het thema. * In de kofferhandleiding wordt standaard verwezen naar WaW.
B	Geregeld contact creëren met leerkrachten om een vinger aan de pols te houden bij het doelpubliek.	1	K/ML	We erkennen het belang van nauwer contact houden met de doelgroep om hun noden en feedback te leren kennen.	* We experimenteren met een gesloten Facebookgroep waarin WaW-gebruikers kunnen uitwisselen. * We verkennen de haalbaarheid van het organiseren van webinars (zie ook 4.1.A).



	<i>aanbeveling</i>	<i>acceptatie</i>	<i>prioriteit</i>	<i>response (motivering standpunt)</i>	<i>opvolging / verbeteractie</i>
C	Het lesaanbod van WaW focussen op doelgroepen die momenteel minder gebruik maken van het aanbod, bv. de lagere graden van het lager onderwijs, leerkrachten levensbeschouwelijke vakken en/of vakoverschrijdend aanbod, etc.	0	nvt	Het huidige WaW-lesaanbod beantwoordt hier inhoudelijk reeds aan zonder dat het de focus is. Het begeleide en andere aanbod van SG richt zich in eerste instantie op de 3 <sup>de</sup> graad. WaW is nu reeds een instrument waarmee leerkrachten van alle graden op een meer permanente manier vorm kunnen geven aan WBE in de lespraktijk. Deze doelstelling kan wel explicieter worden gecommuniceerd naar leerkrachten. Voor de aanbeveling i.v.m. levensbeschouwelijke vakken, verwijzen we naar 4.2.A.	* Duidelijker naar leerkrachten communiceren dat WaW hen ondersteunt in permanent werken rond WBE (o.a. in ABC-sessies en in het luik 'nawerking' van de lesmappen).
D	WaW een plaats geven in strategische partnerschappen met andere actoren (bv. sociale organisaties, steden en gemeenten, onderwijsverstrekkers die gelijkaardige doelen in de maatschappij en/of het onderwijs nastreven). WaW kan een systematisch en geregeld terugkerend aanbod rond moeilijkere maatschappelijke thema's aanbieden (i.p.v. elke organisatie ad hoc), waardoor de impact bij de leerlingen toeneemt. Anderzijds kunnen deze actoren input aanleveren van actuele vragen/ noden in het onderwijsveld en/of de bredere maatschappelijke beweging.	0	nvt	Dergelijke samenwerkingen gebeuren nu reeds: niet enkel ad hoc met een aantal organisaties, maar ook structureel met een aantal partners. Strategische samenwerkingen rond WaW bestaan op dit moment met BD (campagne), WZZ, 11.11.11 en CNCD.	* We kiezen er niet voor om dit aspect te versterken, maar zetten in op continuïteit. Nieuwe vragen voor samenwerkingen worden geëvalueerd.