



Silkeborg 20. august 2021

UDKAST

Den strategiske proces om ændring af navn og logo på Funder-Kragelund Skole

Skolebestyrelsen har på bestyrelsesmøder i 2020 arbejdet med muligheden for at udarbejde nyt navn og logo til skolen i forbindelse med om- og tilbygningen, der skal stå færdig i 2023.

I marts/april 2021 besluttede skolebestyrelsen at sætte gang i processen om, at Funder-Kragelund Skole skal ændre navn og logo. I beslutningen er det bestemt, at processen skal involvere elever og medarbejdere i skoleåret 2021/2022.

1. Hvilket navn skal vi vælge til den nye skole?
2. Tidspunkt for ibrugtagning af nyt navn?
3. Hvilket logo skal vi vælge?
4. Hvilket tidspunkt skifter vi logo?
5. Processen for navn og logo

Forslag til proces:

Trin 1: Hvorfor er et godt navn vigtigt?

Et godt navn giver skolen en vigtig identitet i lokalområdet. Det formidler og forklarer, hvorfor vi er sat i verden, og det skaber sammenhæng og entydighed mellem skolens afdelinger. Et godt navn skal derfor ikke bare klinge godt; det skal frem for alt afspejle mål og identitet, og det skal sende et klart og korrekt signal til eleverne, forældrene og øvrige borgerne i det omkringliggende lokalsamfund om det daglige pædagogiske arbejde, der foregår på skolen.

Trin 2: Vi har allerede navn – den gode overlevering til det nye navn. Brugere tror stadigvæk, at vi er to skoler.

En del henvendelser til skolen viser, at der er forvirring med sammensætningen af to navne. Så et nyt navn er en rigtig god idé. Bestyrelse og ledelse har drøftet muligheden for at lave et navneskifte og finder det oplagt i forbindelse med ombygningen af Funder-Kragelund skole. Perioden for ombygningen er derfor oplagt at anvende til at ændre navn og logo.

Der er vigtigt, at der er internt ejerskab til det nye navn, og at vi gerne skal kunne udnytte dets potentialer fremadrettet.

Omkostninger:

Vi skal have udarbejdet en beregning af udgifter til nyt website, logo & design. (Vi skal have navnet ændret under alle omstændigheder – da websiden pt. hedder: Funder-Kragelund Skoler).

Trin 3: De strategiske præmisser

De strategiske præmisser skal i et navnevalg – nøjagtigt som i alle andre grundlæggende ledelses- og kommunikationsbeslutninger - tage udgangspunkt i **forståelse af skolens vision/værdier og identitet.**

De strategiske dimensioner kan beskrives på mange måder – **men et udmærket udgangspunkt er et navn, der er mundret og let at udtale og som betoner, at der er sammenhæng mellem skolens navn, vision og strategi.** Og samtidig, at der tages afsæt i skolens historik, kultur og placering.

Trin 4: De sproglige præmisser

Hvad er sprogligt set det gode navn?

Et godt navn skal være nemt at huske, det skal være nemt at udtale, have den rette association – eller være neutralt, så den ønskede association og værdi kan indarbejdes uden først at skulle kæmpe mod en umiddelbar og uønsket association.

1. Hvordan er den umiddelbare association? Er der negative eller forkerte associationer?
2. Findes andre registrerede eller indarbejdede navne/brands – tæt på?
3. Kan navnet udtales – også på andre sprog?
4. Undgå så vidt muligt danske bogstaver: Æ, Ø og Å.

De sproglige præmisser omfatter overvejelser om, hvilke følelsesmæssige, kulturelle og værdimæssige associationer, der er forbundet med navnet.

Trin 5: De praktiske overvejelser:

De praktiske spørgsmål, der skal tages hånd om i forbindelse med arbejdet med navn og logo.

1. Skal der udarbejdes en sag til politisk behandling? Byrådet? Udvalg?
2. Konkurrence? Hvem deltager?
3. Dommerkomite?
4. Tidsplan (det er tiltænkt, at eleverne skal arbejde med navn og logo ud fra designcirkelen (FABLAB) i skolens projektuger med start i uge 37.
5. Det skal sikres, at det nye navn kan indregistreres og beskyttes juridisk.

6. Offentliggørelse og indvielse? Skal borgmesteren/udvalgsformand/skolebestyrelsesformand eller elevrådsformand afsløre navnet?
7. Udarbejdelse af logo – ny konkurrence osv./professionel hjælp til opgaven.