

Bäst slogan vinner!

DET VAR STUDIEDAG och personalen i gymnasieskolan var samlad för att diskutera skolans framtid.

– Vi har en utmanande tid framför oss, inledde rektor. Friskolor växer upp som tvättsvampar ur jorden och rycker åt sig marknadsandelar. Vi måste profilera oss och återta initiativet. Det är *survival of the fittest* som gäller!

Lärarna satt resten av dagen i grupper och tog sig an dagens tema med stor iver.

– Vi måste komma på en bra slogan, sa Lennart. En som verkligen säljer skolan!

– ”Säljer ut” menar du väl, invände Kenneth.

– Nu ska vi inte vara bakåtsträvare, manade Berit. Vi måste hänga med i utvecklingen. Det finns ju andra offentliga verksamheter som är konkurrensutsatta, låt oss lära av dem!

– Är det nån särskild bransch du tänker på? undrade Karin.

– Vårdbranschen, kan de konkurrera om kunderna så kan väl vi! Ta bara den där nya kliniken som lockar med 85 procent behöriga läkare, flexibla vårdtider, bärbara termometrar till alla patienter och dokumenterat höga medeltemperaturer.

Det gick ett sus av hänförelse genom rummet. Men ekonomiläraren Börje var inte riktigt med på noterna.

– Nja, anmärkte han, är det några som kan marknadsföring så är det väl näringslivet. Vi kan till exempel låna en slogan från hemelektronikbranschen. Tänk er den här: ”Elgymnasiet – det är dumt att plugga för mycket”.

PLÖTSLIGT TOG Lennart till orda igen.

– Jag tycker att vi ska se hur andra skolor gör. Vi måste ju fokusera kärnverksamheten, kunskap och lärande. Jag tycker om KF-gymnasiets nya slogan: ”Kunskap, glädje och så lite mango”. Den är både kärnfull och näringsriktig.

– Jag håller med, sa Berit. Men vi måste framförallt fokusera våra kunder, eleverna. Jag gillar den här: ”Vittra – om eleven själv får välja!” Eller det nya Tevegymnasiet: ”Viasatskolan – undervisning

på dina villkor”. Det är ju trots allt eleven som ska vara i centrum.

– Där sa du nåt! utbrast Kenneth. Jag har en perfekt slogan för oss: ”Vi är skolan i förorten som sätter eleven i centrum”.

Den unga svenskläraren Elin hade suttit tyst under hela mötet. Lennart vände sig till henne, log varmt och inbjudande.

– Du Elin har ju nyss gått ut lärarutbildningen, det skulle vara mycket intressant att höra vad du har att säga om det här. Du har ju koll på det allra senaste när det gäller forskning och lärande och sånt. Hur tycker du att vi borde marknadsföra oss?

Elin satt tyst en lång stund.

– Jag är ledsen, började hon osäkert, men jag måste nog göra er besvikna. Hur märkligt det än låter så talade vi aldrig om marknadsföring under min utbildning. Utbildningen var väl mest inriktad mot att undervisa elever och stödja dem på deras väg mot att bli vuxna ansvarstagande människor. Jag är verkligen ledsen att jag inte kan bidra med nåt i dag. Ja, jag vet vad ni tänker, det här måste man förstås åtgärda när man reformerar lärarutbildningen.

DET BLEV ALLDELES tyst i rummet. Alla tittade grubblande på varandra, men ingen sa något. Precis när tystnaden närmade sig den osynliga gräns då den skulle ha betecknats som pinsam tog Lennart till orda igen.

– Nej, nu går vi och fikar.

– Ja, det var en bra idé! instämde alla omedelbart och samfällt.

För första och enda gången under dagen var alla helt överens.



ULF JÄMTERUD ÄR LÄRARE I RELIGIONSKUNSKAP
OCH HISTORIA PÅ BROMMA GYMNASIUM SAMT
LÄRARUTBILDARE VID STOCKHOLMS UNIVERSITET