

Forældretilfredshedsanalyse 2011

I foråret og forsommeren 2011 har HMI gennem Mouritzen Marketing, Herning fået udarbejdet en forældreanalyse.

Baggrunden for at gennemføre analysen er primært ønsket om at få belyst forældretilfredsheden indenfor nedenstående områder og sekundært at blive bedre i stand til at iværksætte målrettede markedsføringsaktiviteter.

Analysen bygger på et elektronisk spørgeskema som er udsendt til forældre og elever fra følgende fem elevårgange: 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011, 2011/2012 & 2012/2013. Forældreanalysen er udsendt til 543 forældre, hvoraf der er en nettosvarprocent på 58,1%.

Mouritzen Marketing har bl.a. stillet spørgsmål til forældrene om deres tilfredshed med:

	Meget tilfreds	Tilfreds	Hverken/eller	Utilfreds	Meget utilfreds	Ved ikke
Skolens faglige kvalitet:	26,1%	57,3%	11,6%	3,0%	0,5%	1,5%
Skolens linjer	51,5%	43,0%	3,5%	1,5%	0,0%	0,5%
Skolens ture/udflugter	67,0%	29,0%	1,5%	1,0%	0,0%	1,5%
Kommunikation med forældrene	41,0%	44,0%	10,5%	3,5%	0,5%	0,5%
Jeres barns sociale udvikling	62,5%	29,5%	3,5%	2,0%	1,0%	1,5%

Konklusion

Generelt set er der en rigtig stor forældretilfredshed med ovenstående punkter. Den altovervejende del af besvarelserne ligger i de to første kolonner, hvor forældrene svarer enten "meget tilfreds" eller "tilfreds" til samtlige af de ovenstående spørgsmål.

Navnlig spørgsmålet om "jeres barns sociale udvikling" og "skolens ture og udflugter" viser, at der er en meget høj grad af tilfredshed, hvilket vidner om, at der er overensstemmelse med HMI mål og værdier og virkeligheden.

Med afsæt i resultaterne i besvarelserne om "skolens faglige kvalitet" og "kommunikation med forældrene", hvor der sammenligningsmæssigt er en relativt høj procentsats har svaret "hverken/eller" har HMI efterfølgende gjort nye tiltage bl.a. ved indførelsen af Ipads i undervisningen samt udviklet og forbedret kommunikationsvejen til såvel forældre som elever.