

SOCIALE MEDIA: GEEN GEHEIM WAPEN VOOR KANSRIJKE STUDIEKEUZES

Syntheserapport en beleidsopties in het kader van het project: Kansrijke studiekeuzes door leerlingen en de rol van sociale media daarbij

DEFINITIEVE VERSIE

Onderzoek uitgevoerd met steun van Instituut Gak

Arie Gelderblom

Fabian Dekker

Yvonne Prince

Arie-Jan van der Toorn

Rotterdam, september 2025

COLOFON

DIT IS EEN UITGAVE VAN

SEOR BV

© SEOR BV / ROTTERDAM, SEPTEMBER 2025

Niets van deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden verveelvoudigd zonder de voorafgaande toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbenden. SEOR is niet aansprakelijk voor gegevens die door derden werden verstrekt.

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	2
1 INLEIDING	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Onderzoeksvragen	8
1.3 Afbakeningen	9
1.4 Aanpak van het onderzoek en opzet van dit eindrapport	11
2 BEVINDINGEN UIT VOORGAANDE RAPPORTEN	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Keuzeprocessen door leerlingen in het voortgezet onderwijs	14
2.3 Inzichten uit de literatuur over de beïnvloeding van keuzeprocessen	15
2.4 Inzet van sociale media door onderwijsinstellingen en gebruik door leerlingen	18
3 VERTALING NAAR MOGELIJKE BELEIDSOPTIES	21
3.1 Inputs en opzet beleidsopties	21
3.2 Beleidsopties gebruik sociale media	22
3.3 Beleidsopties binnen de systematiek van doorstroom in het onderwijs	24
3.4 Beleidsopties rondom LOB-beleid in het voortgezet onderwijs	26
3.5 Beleidsopties prikkels	27
3.6 Pilots en onderzoek	28
3.7 Systematisch overzicht mogelijke beleidsopties en relevante actoren	28
4 NEVENEFFECTEN BELEID KANSRIJK KIEZEN	30
4.1 Inleiding	30
4.2 Sturing leerlingen richting kansrijk kiezen: grotere uitval en switch in het onderwijs?	30
4.3 Neveneffecten prikkels voor onderwijsinstellingen	32
4.4 Neveneffecten numerus fixus	33
4.5 Risico's weinig robuuste effectmetingen	34
LITERATUURLIJST	35
I DEELNEMENDE ORGANISATIES WERKTAFELS	38

SAMENVATTING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

S1. INLEIDING, CENTRALE VRAAG EN ONDERZOEKSVRAGEN

De mismatch tussen vraag en aanbod van arbeid leidt tot arbeidsmarktkrapte in diverse sectoren zoals bijvoorbeeld de techniek, zorg en onderwijs. Meer vraag dan aanbod leidt tot personeelstekorten en daarmee tot vertragingen van de productie en de economische groei. Belangrijke maatschappelijke behoeften, zoals een toenemende zorgvraag en de energietransitie kunnen hierdoor in de knel komen. De samenleving is er dus bij gebaat om de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt te versterken, waarbij inzicht gewenst is in de keuzeprocessen van leerlingen én de mogelijke manieren om deze processen te beïnvloeden, zodat meer leerlingen kiezen voor kansrijke opleidingen. Omdat sociale media niet meer weg te denken zijn uit het leven van leerlingen en weleens een belangrijke rol in kunnen gaan nemen in het studiekeuzeproces, schenken we in dit onderzoek specifieke aandacht aan de mogelijke rol van sociale media daarbij.

De centrale vraag van het gehele onderzoek luidt dan ook als volgt:

Hoe kunnen de studiekeuzes van 14 tot en met 19-jarige leerlingen worden beïnvloed zodat zij vaker kiezen voor opleidingen met betere kansen op de arbeidsmarkt, en in het bijzonder: welke rol kunnen sociale media daarbij spelen?

De onderliggende onderzoeksvragen zijn:

1. Welke studiekeuzes maken 14 tot en met 19-jarigen in het voortgezet onderwijs (vo)?
2. Welke factoren spelen een rol bij deze studiekeuzes en dan in het bijzonder die (mede) via beleidsinstrumenten beïnvloed kunnen worden?
3. Welke rol spelen sociale media in het keuzeproces van leerlingen? En hoe zouden deze sociale media ingezet kunnen worden om de keuzes voor kansrijke studies te beïnvloeden?
4. Hoe kunnen de verschillende stakeholders het keuzeproces beïnvloeden, zoals scholen, bedrijfsleven en overheid?
5. Welke (mogelijke) nadelen zijn verbonden aan het bevorderen van kansrijk studiekeuzegedrag?

S2. ONDERZOEKSAANPAK

Om deze vragen zo goed mogelijk te beantwoorden, hebben we de volgende onderzoeksactiviteiten uitgevoerd:

1. Benutten van mesodata om de ontwikkelingen in de transitiestromen van leerlingen binnen het voortgezet onderwijs en vanuit het voortgezet onderwijs in beeld te brengen, om na te gaan welke transities van belang zijn richting kansrijke vervolgopleidingen, en hoe deze zich in de tijd hebben ontwikkeld.
2. Inventarisatie van bestaand (nationaal en internationaal) onderzoek over welke beleidsinitiatieven gericht op het beïnvloeden van keuzeprocessen zijn benut en wat er bekend is over de resultaten hiervan.
3. Een online-surveyonderzoek onder marketingmanagers en onderwijsmanagers van mbo- en hbo-instellingen over het gebruik van sociale media.
4. Vier focusgroepen waarin eerstejaars mbo- en hbo-studenten terugkijken op hun keuzeproces en de rol van sociale media daarbij.
5. Twee werktafels waarin met vertegenwoordigers van (praktijk)experts van beleid, onderwijsveld en bedrijfsleven is gereflecteerd op de voorlopige bevindingen en eventuele beleidsopties.
6. De belangrijkste resultaten zijn tevens besproken op een aparte conferentie over de aansluiting onderwijs – arbeidsmarkt die eind 2024 werd georganiseerd vanuit het Instituut Gak.

De eerste twee onderzoeksactiviteiten zijn uitgebreid besproken in het eerste deelrapport¹ dat over dit onderzoek is verschenen, en de aanpak en resultaten van de derde en vierde onderzoeksactiviteit zijn opgenomen in het tweede deelrapport². In de onderhavige eindrapportage zijn de belangrijkste resultaten daaruit opgenomen. Tevens bevat dit eindrapport een aantal praktische aanbevelingen. Daarnaast wordt ingegaan op de (mogelijke) neveneffecten van beleid gericht op kansrijk kiezen.

Hieronder zijn de belangrijkste bevindingen opgenomen. Deze lopen parallel aan bovengenoemde onderzoeksvragen. Daarna treft u de slotconclusie aan.

S3. BEVINDINGEN

Welke studiekeuzes maken 14-19 jarigen?

- De verdeling van de instroom in het mbo en het hbo/wo over de verschillende opleidingssectoren blijft over een langere periode bezien vrij constant. We zien geen hele duidelijke trends richting sectoren met een beter arbeidsmarktperspectief. Dit geldt zeker niet voor de techniek. Bij zorg en welzijn zien we op het mbo de laatste jaren wel een lichte stijging van de instroom.
- Voor kansrijke opleidingen in de techniek wordt sterk voorgesorteerd via de profielkeuze in het voortgezet onderwijs. Voor zorg en welzijn is dit minder het geval. Vanuit economische profielen op het voortgezet onderwijs wordt bij keuzes in het vervolgonderwijs meer richting de zorg- en welzijnssector geswitcht dan naar de meer technische richtingen. Het profiel 'Dienstverlening en producten' op het vmbo is sinds de invoering in 2007 zeer populair geworden. Ondanks de brede insteek van dit profiel zien we dat deze leerlingen op het mbo vaak kiezen voor zorg of economische richtingen, en minder vaak voor technische richtingen.

Welke factoren spelen een rol bij deze studiekeuzes en dan in het bijzonder die (mede) via beleidsinstrumenten beïnvloed kunnen worden?

- Studiekeuzes maken is een complex proces waarin diverse (f)actoren een rol spelen, zoals: persoonlijke kenmerken; interesses en capaciteiten; personen in de omgeving, zoals ouders, docenten en vrienden; kenmerken van de vo-school en school van vervolgonderwijs; communicatie; beschikbaar aanbod en kwaliteit van de opleidingen; en financiële randvoorwaarden.
- In het verlengde hiervan komen in de literatuur een groot aantal mogelijke beleidsinstrumenten naar voren om studiekeuzes te beïnvloeden: arbeidsmarktinformatie, advies, rolmodellen, bedrijfsbezoeken en stages, interventies gericht op ouders, collegegelddifferentiatie, numerus fixus en andere regulering van het aanbod.
- Voor diverse van deze instrumenten zijn er enige aanwijzingen dat deze effect hebben op het maken van (kansrijke) studiekeuzes. Dit geldt in ieder geval voor arbeidsmarktinformatie, rolmodellen, numerus fixus en interventies gericht op ouders, waarvoor aanwijzingen voor effectiviteit van deze instrumenten is gevonden. Voor de andere genoemde interventies worden geen effecten gevonden, of zijn deze (zeer) beperkt.

In algemene zin dienen hierbij wel een aantal kanttekeningen te worden geplaatst:

- o De mate waarin er (ook empirisch) onderzoek beschikbaar is dat aantoont dat een interventie effect heeft, verschilt sterk per instrument. Zo is er bijvoorbeeld relatief veel (empirisch) onderzoek beschikbaar over de effectiviteit van arbeidsmarktinformatie,

¹ Arie Gelderblom, Daniël Bos, Fabian Dekker, Yvonne Prince en Arie-Jan van der Toorn (2024), Keuzeprocessen door leerlingen in het voortgezet onderwijs, Rotterdam: SEOR. Zie <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/02/Deelrapport-1-Keuzeprocessen-door-leerlingen-in-het-voortgezet-onderwijs.pdf>

² Fabian Dekker, Daniël Bos, Yvonne Prince, Arie Gelderblom en Arie-Jan van der Toorn (2024), Sociale media: de inzet door mbo- en hbo-instellingen en (mogelijk) gebruik door studenten bij hun studiekeuze, Rotterdam: SEOR. Zie <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/10/Def-Deelrapport-2-Potentieel-gebruik-van-sociale-media-bij-kansrijke-studiekeuzes.pdf>

maar van veel interventies is nog weinig bekend. Er zijn ook weinig studies waarin effecten robuust worden vastgesteld aan de hand van een controlegroep-methodiek.

- o Verder varieert de omvang van de gevonden effecten behoorlijk, ook bij onderzoek naar vergelijkbare interventies. In diverse studies zijn de gevonden effecten vrij beperkt. Uit de literatuur wordt duidelijk dat uitvoeringsaspecten een rol spelen bij de omvang van de effecten (bijvoorbeeld hoe arbeidsmarktinformatie wordt gepresenteerd).
- o Veel van de gevonden studies hebben bovendien in buitenlandse context plaatsgevonden, wat onzekerheid geeft of de verwachte effecten van deze maatregelen zich ook bij invoering in Nederland zouden voordoen. Daarnaast ligt, in ieder geval in veel internationale studies, het accent op beïnvloeding van studiekeuzes bij het wetenschappelijk onderwijs en minder op onderwijssoorten zoals hbo en mbo.

Welke rol spelen sociale media in het keuzeproces van leerlingen?

In de bestaande literatuur is er nog weinig bekend over de invloed van sociale media op de studiekeuzes van leerlingen en het gebruik van sociale media om de studiekeuzes te beïnvloeden. Onderzoek richt zich veelal op de invloed van sociale media op de keuze van de onderwijsinstelling en dan nog vooral in het wetenschappelijk onderwijs; er is nog weinig veldwerk in het mbo en hbo verricht. Wij hebben in dit onderzoek zelf veldwerk uitgevoerd naar het gebruik van sociale media rondom studiekeuzes. Ten eerste is een online enquête afgenomen onder marketingmanagers en onderwijsmanagers van mbo- en hbo-instellingen. Ten tweede zijn een aantal focusgroepen uitgevoerd met eerstejaars mbo- en hbo-studenten over hun keuzeproces en de rol van sociale media daarin.

Het veldwerk onder marketingmanagers en onderwijsmanagers leverde de volgende bevindingen op:

- Nagenoeg alle responderende onderwijsinstellingen gebruiken sociale media om potentiële studenten te bereiken. Het meest gebruikte platform hiervoor is Instagram.
- Respondenten verschillen van mening over de rol van sociale media in het studiekeuzeproces. Sommigen zien het als een belangrijk informatiekanaal, terwijl anderen vinden dat jongeren moeilijk te bereiken zijn, omdat ze de kanalen van mbo- of hbo-instellingen niet snel volgen. Meerdere respondenten geven aan dat ze hen (daarom) proberen te bereiken door gebruik te maken van huidige of oud-studenten bij het maken van sociale media content. Bij een aantal open antwoorden komt naar voren dat ook ouders een doelgroep zijn die men poogt te bereiken met sociale media.
- Het bestaan van arbeidsmarktkrapte rond bepaalde opleidingsrichtingen speelt slechts een beperkte rol in het sociale media beleid van deze onderwijsinstellingen. Sociale media worden vooral gebruikt om potentiële studenten te enthousiasmeren en hen te informeren over het opleidingsaanbod op de betreffende onderwijsinstelling, zoals de inhoud van de opleidingen en de data van open dagen. Informatie over arbeidsmarktkansen speelt slechts een geringe rol in het sociale media beleid en instellingen kiezen er niet voor om zich met sociale media vooral te richten op kansrijke opleidingen.

De focusgroepen onder mbo- en hbo-studenten leverden de volgende bevindingen op:

- Studiekeuzes van deze studenten worden sterk bepaald door persoonlijke interesses en vanuit de sociale omgeving. Arbeidsmarktaspecten, zoals salarishoogte, worden wel van belang geacht, maar spelen in de keuze een beperkte rol. Bovendien komt informatie hierover niet altijd goed door.
- Bij de informatievoorziening rondom studiekeuzes spelen traditionele kanalen zoals open dagen en websites een belangrijke rol. De rol van sociale media in dit kader is beperkt. Voor veel studenten horen sociale media bij hun privésfeer. Als sociale media voor studiekeuzes worden gebruikt is dit veelal in een later stadium waarbij men bevestiging zoekt van een keuze. Voor zover studenten tips geven, benadrukken ze dat sociale media een authentiek en realistisch beeld van de opleidingen dienen te schetsen. De inzet van ouderejaars- of oud-studenten ligt dan veel meer voor de hand dan bijvoorbeeld een influencer.
- Als het aan de studenten ligt, moet iedereen zoveel mogelijk vrij blijven om zijn of haar studiekeuzes te maken. Hoogstens kan een – realistische – informatievoorziening dit keuzeproces nog beter faciliteren.

Samengevat laat ons veldwerk zien dat sociale media in praktijk amper worden benut in het kader van kansrijk kiezen: onderwijsinstellingen zetten hier niet op in en studenten verwachten dit ook niet. Dat sociale media een beperkte rol spelen als informatiekanaal blijkt ook uit de resultaten van een lopend onderzoek van ROA naar overwegingen van jongeren op het mbo bij hun studiekeuze³.

S4. AANBEVELINGEN

Hoe kunnen stakeholders het studiekeuzeproces beïnvloeden? En hoe zouden sociale media ingezet kunnen worden om de keuzes voor kansrijke studies te beïnvloeden?

- Het in dit onderzoek verrichte veldwerk laat dus zien dat de rol van sociale media bij kansrijke studiekeuzes beperkt is. Onderwijsinstellingen en studenten vinden het ook niet voor de hand liggen om sociale media (meer) te benutten om kansrijke studiekeuzes onder de aandacht te brengen. Het is dan ook niet logisch om sterk in te zetten om sociale media voor dit doel verder te benutten.
- De vormgeving van korte, aantrekkelijke, realistische filmpjes op sociale media kan wel benut worden om kansrijke opleidingen en beroepen voor het voetlicht te brengen in contexten waarin studiekeuzes wel aan de orde zijn, zoals LOB-activiteiten op school en websites als [Studiekeuze123](#) en [Kiesmbo](#). Belangrijk is dan wel om meer kennis op te doen en te verspreiden over de meest geschikte vormgeving van dergelijke video's en vooral dan ook hoe arbeidsmarktinformatie daarin kan worden verwerkt. Eerder is al opgemerkt dat arbeidsmarktinformatie invloed heeft op keuzes, maar dat de vormgeving hiervan een belangrijke rol speelt. Voor leerlingen kan bij arbeidsmarktinformatie ook gedacht worden aan de inzet van games. De vormgeving zal maatwerk betekenen richting verschillende doelgroepen, zoals leerlingen, ouders, decanen en mentoren. Gebruikersonderzoek is daarvoor belangrijk. Dit laatste geldt zeker voor de websites [Studiekeuze123](#) en [Kiesmbo](#), die een groot bereik onder verschillende doelgroepen hebben en waarvoor aantrekkelijkheid en laagdrempeligheid van groot belang is. Deze beide websites illustreren dat uitvoerende instanties als SBB en het Landelijk Centrum Studiekeuze een belangrijke voortrekkersrol op dit terrein kunnen spelen.
- LOB ondersteunt jongeren bij het (leren) maken van een studie- en loopbaankeuze. Jongeren maken deze keuzes uitgaande van de eigen kwaliteiten, interesses en motieven. Door daarbij ook rekening te houden met kansen op de arbeidsmarkt, hebben jongeren meer kans op een baan met perspectief. Concreet betekent dit dat in loopbaangesprekken in het voortgezet onderwijs, en contacten met ouders daarover, expliciet aandacht aan het element van kansrijke opleidingen wordt besteed omdat er vaak verkeerde beelden over bestaan. Tevens dienen kansrijke opleidingen en beroepen voldoende aandacht te krijgen bij het verkennen van verschillende opleidingen en beroepen. (Meer) aandacht voor kansrijke keuzes in het LOB-beleid is vooral een aandachtspunt voor individuele onderwijsinstellingen. Maar ze dienen hierin wel gefaciliteerd te worden, bijvoorbeeld door inbedding in LOB-lesmateriaal en ondersteuning van instanties als expertisepunt LOB, SBB of andere externe arbeidsmarktdeskundigen en contacten met het regionale bedrijfsleven. Dergelijke ondersteuning is meer en meer beschikbaar, maar blijft een aandachtspunt, ook voor de scholen zelf om hier gebruik van te maken.
- Beleidsopties die gebruik maken van financiële prikkels voor studenten (zoals collegegelddifferentiatie) liggen minder voor de hand. Uit de literatuur weten we dat de effecten vaak beperkt zijn, zeker als bepaalde randvoorwaarden zoals voldoende bekendheid niet vervuld zijn.

³ Het betreft een lopend onderzoek van ROA, waarvan Didier Fouarge een presentatie van voorlopige uitkomsten gaf op de conferentie 'De aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt: voor verbetering vatbaar?!' georganiseerd door Instituut Gak in Amsterdam op 3 december 2024. Het rapport van deze studie wordt eind 2025 openbaar. Zie: <https://www.instituutgak.nl/onderzoek/onderzoeken/kansrijk-kiezen-overwegingen-van-jongeren-bij-hun-studiekeuze/>

- Maatregelen aan de aanbodkant vragen eveneens de nodige voorzichtigheid. Een maatregel als een numerus fixus is wel effectief, maar kent diverse neveneffecten (zie S5 hieronder). Bovendien is het zeer complex om geschikte criteria hiervoor op te stellen.
- Andere beleidsopties betreffen het doorvoeren van systeemveranderingen in het onderwijs. Voorzichtigheid is hier uiteraard des te meer van belang. Toch willen we hier ook aandacht op vestigen. Belangrijk is namelijk dat de manier waarop het onderwijs is ingericht geen onnodige belemmeringen opwerpt om in te stromen in kansrijke opleidingen. Dit betekent bijvoorbeeld dat:
 - o Voorkomen zou moeten worden dat vmbo-leerlingen niet voor een technisch profiel kiezen omdat hun school dat eenvoudigweg niet aanbiedt.
 - o Leerlingen vanuit andere profielen makkelijker routes kunnen volgen om een technische vervolgopleiding te kiezen, bijvoorbeeld via meer ruimte voor (technische/bèta-) keuzevakken.
 - o In oriëntatietrajecten op het mbo speciale aandacht wordt besteed aan kansrijke opleidingen. Jongeren kunnen instromen in een oriëntatietraject als ze nog niet goed weten welke keuze ze willen maken.
 - o Stapelen binnen het onderwijs mogelijk blijft. Stapelen is namelijk ook een manier die alsnog betere kansen biedt omdat men hierdoor een hoger onderwijsniveau kan bereiken, wat veelal ook tot betere arbeidsmarktperspectieven leidt. Daarom heeft stapelen binnen de huidige onderwijsstructuur een belangrijke functie voor de aansluiting op de arbeidsmarkt. Idealiter zou het onderwijs echter op zo'n manier moeten worden ingericht dat stapelen minder noodzakelijk is. Als vo-leerlingen pas op een wat latere leeftijd belangrijke studiekeuzes hoeven te maken, zijn hun interesses en kwaliteiten al duidelijker uitgekristalliseerd, en worden keuzes meer bestendig.
- Geef in beleidsadviezen over de onderwijsstructuur, zoals van de SER en de Onderwijsraad, naast de consequenties van voorgestelde veranderingen voor de differentiaties naar niveau, ook specifiek aandacht aan de consequenties voor differentiaties naar onderwijsrichting, zoals profielen. Dit is nu nog beperkt het geval.

S5. NEVENEFFECTEN

Welke (mogelijke) nadelen zijn verbonden aan het bevorderen van kansrijk studiekeuzegedrag?

Mogelijk brengt het beïnvloeden van vo-leerlingen om te kiezen voor kansrijke opleidingsrichtingen ook nadelige neveneffecten met zich mee, zoals de volgende:

- Een risico is dat leerlingen die te sterk gestuurd worden richting opleidingen met een goed arbeidsmarktperspectief, zonder dat ze hiervoor een sterke intrinsieke motivatie hebben, of tekortschieten in aanleg hiervoor, eerder zullen uitvallen of vaker zullen switchen van opleiding. Empirisch zijn hier overigens weinig aanwijzingen voor dat dit soort mechanismen reeds optreden.
- Wanneer financiële prikkels zouden worden ingevoerd, waarbij onderwijsinstellingen zouden worden beloond voor goede arbeidsmarkresultaten van hun oud-studenten, zou dit kunnen leiden tot meer gerichte werving van 'goede' leerlingen, omdat de kans op arbeidsmarktsucces dan hoger is. Andere doelstellingen van het mbo en ho kunnen meer op de achtergrond raken, zoals het bieden van kansen aan zoveel mogelijk leerlingen op een kwalificatie en het beperken van voortijdig schoolverlaten en studie-uitval. Het is bovendien zeer complex om geschikte eenduidige indicatoren te ontwikkelen voor arbeidsmarktsucces.
- Bij een meer centrale sturing van het aanbod (bijvoorbeeld via een numerus fixus, of geen toestemming voor instellingen om een bepaalde opleiding aan te bieden), is het lastig om robuuste criteria hiervoor toe te passen. Denkbaar is dat bepaalde opleidingen die het wellicht minder goed doen op de arbeidsmarkt, wel een tussenstation kunnen zijn voor studenten om een hoger niveau te bereiken, wat wel betere perspectieven biedt. Ook kunnen bepaalde opleidingen slechts tijdelijk slechtere perspectieven bieden, bijvoorbeeld door de conjunctuur. Hierbij moet wel gezegd worden dat verschillen in arbeidsmarktperspectieven tussen bepaalde opleidingen al geruime tijd bestaan. Zo gelden de tekorten voor techniek en de zorg al langere tijd. Tevens mag door de vergrijzing

verwacht worden dat de tekorten in de zorg een structureel karakter dragen. Het argument dat tekortsectoren sterk wisselen in de tijd, en beleid daarmee weinig zin heeft, gaat voor deze sectoren niet op.

Vooralsnog zijn er binnen de huidige beleidscontext weinig aanwijzingen van grootschalige nadelige neveneffecten van het bevorderen van kansrijk kiezen. Ofwel zijn deze neveneffecten beperkt, ofwel zijn de instrumenten waaraan deze nadelen gekoppeld zijn, niet ver doorgevoerd. Bij een effectmeting van (nieuw) beleid zijn deze mogelijke neveneffecten wel een punt van aandacht. Een dergelijke effectmeting van nieuw beleid kan worden vormgegeven via kleinschalige experimenten, die bij gebleken succes opgeschaald kunnen worden. Hierbij is van belang om op te merken dat kleine positieve effecten soms al voldoende kunnen zijn om de kosten van een maatregel te compenseren.

S6. SLOTCONCLUSIE

Het onderzoek laat zien dat sociale media nauwelijks een mogelijke rol toegedicht krijgen voor het bevorderen van kansrijke studiekeuzes. Door mbo- en hbo-onderwijsinstellingen worden sociale media vooral ingezet om bekendheid onder potentiële studenten te realiseren. Voor studenten bevinden sociale media zich binnen hun privé domein en zij benutten sociale media hoogstens als bevestiging van een reeds gemaakte eerste studieselectie. Sociale media spelen dus nauwelijks een rol in de studiekeuzes door leerlingen. Onderwijsinstellingen en studenten vinden het ook niet voor de hand liggen om sociale media te benutten om kansrijke studiekeuzes onder de aandacht te brengen. Sociale media zijn dan ook geen geheim wapen voor kansrijke studiekeuzes.

Wel kan de vormgeving van sociale media (korte, aantrekkelijke, realistische filmpjes) benut worden om kansrijke opleidingen en beroepen voor het voetlicht te brengen in contexten waar studiekeuzes wel aan de orde zijn, zoals in LOB-lessen, LOB-methoden, of op LOB-websites. Belangrijk is om in dergelijke filmpjes ook arbeidsmarktinformatie op te nemen die qua vormgeving en toegankelijkheid aansluit op de doelgroepen. Hierbij kunnen ook ouderejaarsstudenten en oud-studenten als rolmodel benut worden. Bij dergelijke filmpjes en arbeidsmarktinformatie zijn ook ouders een belangrijke doelgroep, omdat ze een belangrijke rol spelen in het studiekeuzeproces.

1 INLEIDING

In een twee jaar durend onderzoek zijn we nagegaan op welke manieren 14 tot 19-jarige leerlingen in het voortgezet onderwijs beïnvloed kunnen worden om kansrijke studiekeuzes te maken, en in het bijzonder welke rol sociale media daarbij zouden kunnen spelen. Dit hoofdstuk beschrijft de aanleiding, onderzoeksvragen, afbakening en aanpak van het onderzoek, en de opzet van deze eindrapportage.

1.1 AANLEIDING

Leerlingen maken niet altijd kansrijke studiekeuzes die leiden tot minder arbeidsmarktkrapte

De mismatch tussen vraag en aanbod van arbeid leidt tot arbeidsmarktkrapte in diverse sectoren zoals bijvoorbeeld de techniek, zorg en onderwijs. Meer vraag dan aanbod leidt tot personeelstekorten en daarmee tot vertragingen van de productie en de economische groei. Belangrijke maatschappelijke behoeften, zoals een toenemende zorgvraag en de energietransitie kunnen hierdoor in de knel komen. De samenleving is er dus bij gebaat om de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt te versterken, waarbij inzicht gewenst is in de keuzeprocessen van leerlingen én de mogelijke manieren om deze processen te beïnvloeden. Hierdoor kunnen onevenwichtigheden op de (toekomstige) arbeidsmarkt zo goed als mogelijk tegengegaan worden.

Maar ook in perioden waarin de krapte minder sterk is en de arbeidsmarkt ruimer is, is het van belang dat leerlingen kiezen voor kansrijke opleidingen, omdat in zo'n periode de kans op werkloosheid en daarmee een slechte start op de arbeidsmarkt groter is als men een weinig kansrijke opleiding kiest. Een goede start is belangrijk voor het vervolg van de loopbaan: vind je eenmaal een baan, dan vind je makkelijker een andere. Dit illustreert dat kansrijk kiezen niet alleen een maatschappelijk belang dient, maar ook een voordeel voor het individu oplevert.

In praktijk blijkt een deel van de leerlingen echter te kiezen voor minder kansrijke studies waarin de kans op een baan of een hoog salaris minder groot is. De hoofdvraag van het onderzoek is op welke manieren leerlingen in het voortgezet onderwijs (vo) beïnvloed kunnen worden tot het maken van kansrijke studiekeuzes zodat de mismatch tussen arbeidsaanbod en arbeidsvraag verkleind wordt. Omdat sociale media niet meer weg te denken zijn uit het leven van leerlingen en weleens een belangrijke rol in kunnen gaan nemen in het studiekeuzeproces, schenken we daarbij specifieke aandacht aan de mogelijke rol van sociale media.

1.2 ONDERZOEKSVRAGEN

De centrale vraag van het gehele onderzoek luidt als volgt:

Hoe kunnen de studiekeuzes van 14 tot en met 19-jarige leerlingen worden beïnvloed zodat zij vaker kiezen voor opleidingen met betere kansen op de arbeidsmarkt, en in het bijzonder: welke rol kunnen sociale media daarbij spelen?

De onderliggende onderzoeksvragen zijn:

1. Welke studiekeuzes maken 14 tot en met 19-jarigen in het voortgezet onderwijs (vo)?
2. Welke factoren spelen een rol bij deze studiekeuzes en dan in het bijzonder die (mede) via beleidsinstrumenten beïnvloed kunnen worden?
3. Welke rol spelen sociale media in het keuzeproces van leerlingen? En hoe zouden deze sociale media ingezet kunnen worden om de keuzes voor kansrijke studies te beïnvloeden?

4. Hoe kunnen de verschillende stakeholders het keuzeproces beïnvloeden, zoals scholen, bedrijfsleven en overheid?
5. Welke (mogelijke) nadelen zijn verbonden aan het bevorderen van kansrijk studiekeuzegedrag?⁴

Bestaande inzichten studiekeuzegedrag aanvullen met nieuwe inzichten over de rol van sociale media

Kortweg bouwt dit onderzoek voort op bestaand materiaal met inzichten uit mesodata en (buitenlandse) literatuur, en voegt daar vernieuwende inzichten op basis van een survey onder onderwijsinstellingen en focusgroepen onder studenten over de rol van sociale media aan toe.

1.3 AFBAKENINGEN

Doelgroep is 14 tot 19-jarige leerlingen: transities binnen vo en van vo naar vervolgopleidingen

We richten ons in het onderzoek op keuzeprocessen van 14 tot 19-jarige leerlingen in het voortgezet onderwijs. De meest kritische keuzes en de grootste gevolgen daarvan vinden namelijk al relatief vroeg in de onderwijsloopbaan plaats. Het zijn de transities die leerlingen binnen het voortgezet onderwijs (vo) en van vo naar mbo, hbo en wo maken die daarbij cruciaal zijn. We kijken hierbij welke factoren bij deze keuzeprocessen een rol spelen en welke (effectieve) mogelijkheden er zijn om deze keuzeprocessen te beïnvloeden richting meer kansrijke studierichtingen. Bijzondere aandacht gaat uit naar de rol van sociale media. Het gaat hierbij om een redelijk recent fenomeen, dat nog relatief weinig bestudeerd is maar dat juist in de belevingswereld van jongeren een belangrijke plaats lijkt te hebben gekregen. In hoeverre en hoe kan dat bij leerlingen van 14-19 jaar aangewend worden bij het (laten) maken van kansrijke studiekeuzes?

Kansrijke en minder kansrijke studiekeuzes

In dit onderzoek staat het thema ‘kansrijk keuzegedrag’ van 14 tot 19-jarigen centraal. Deze term suggereert dat de ene keuze voor een opleiding betere arbeidsmarktkansen biedt dan de andere, wat uit eerdere studies inderdaad naar voren komt (zie bijvoorbeeld Inspectie van het Onderwijs (2019), Bakens e.a. (2023) en Gelderblom e.a. (2023)). Onder ‘kansrijk kiezen’ in het onderwijs bedoelen we - uitgaande van de eigen kwaliteiten en interesses - het kiezen voor opleidingen waarbij de kansen op (vast) werk en het gemiddelde (bruto) startsalaris na afstuderen het grootst zijn. Hiervoor is niet alleen het niveau van het onderwijs van belang, maar zeker ook de onderwijsrichting.

UWV houdt reeds langere tijd bij welke beroepen meer en minder kansrijk zijn. Een conclusie is dat veel beroepen in zorg, techniek, ICT en onderwijs reeds jarenlang kansrijk zijn⁵. Dit wordt bevestigd in een cohortstudie van transities van school naar werk van Gelderblom e.a. (2023) op grond van CBS-microdata van afgestudeerde mbo’ers. Hierbij is zowel gekeken naar kans op (vast) werk en loonhoogte. Ook het meest recente schoolverlatersonderzoek van ROA (Cobben en Huijgen, 2024) laat zien dat zorg en techniek in het mbo goed scoren op deze arbeidsmarktindicatoren, evenals onderwijs en zorg in het hbo. Economie scoort minder gunstig en dit geldt ook voor taal en cultuur in het hbo.

Tegelijkertijd zijn er op dit algemene beeld wel enkele nuances:

- Zowel Gelderblom e.a. (2023) als het schoolverlatersonderzoek van ROA laat zien dat de gunstige positie van de zorg niet opgaat binnen mbo-BOL niveau 2. Dit onderstreept het belang dat deze groep kan doorstromen naar een hoger mbo-niveau.

⁴ Denkbaar is bv. dat voortijdige schooluitval en ‘switchgedrag’ vergroot worden als persoonlijke interesses van leerlingen meer op de achtergrond raken. Tevens is een potentieel ‘pervers effect’ dat scholen zich sterk(er) richten op de vraag op korte termijn, en te weinig rekening houden met verschuivingen in de vraag op langere termijn. In de discussie over ‘kansrijk opleiden’ zijn dit relevante vragen om rekening mee te houden.

⁵ <https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/kansen-arbeidsmarkt/kansrijke-beroepen>

- De positie van leerlingen uit de BBL-varianten van het mbo is zeer gunstig in vergelijking met de BOL-varianten. In de BBL-variant (werken – leren) is reeds sprake van een arbeidsovereenkomst dat na de opleiding vaak wordt gecontinueerd. Juist in sectoren als techniek en zorg, maar ook transport, komt deze BBL-variant relatief veel terug.
- Arbeidsmarktprognoses voor de middellange termijn geven niet altijd een bevestiging van de huidige situatie. In de meest recente prognoses van ROA (Bakens e.a., 2023) doen de kraptes voor techniek, ICT en zorg zich met name op de hogere niveaus voor en veel minder op mbo-niveau. Dit is een ander beeld dan de specifieke prognoses die reeds jarenlang worden opgesteld voor de zorg, en waar over de hele line grote tekorten worden voorzien⁶.
- Op wo-niveau is er minder informatie. Op dit niveau zijn er bijvoorbeeld geen vaste periodieke schoolverlatersonderzoeken. In de arbeidsmarktprognoses van ROA komt techniek en ICT hier het meest gunstig naar voren. Een alumni-onderzoek van Bussink e.a. (2023) benadrukt dat er duidelijk variantie is binnen wo-domeinen. Binnen techniek doen bijvoorbeeld architectuur en bouwkunde het wat minder goed.

Tenslotte is van belang nog eens te benadrukken dat arbeidsmarktkansen ook, of misschien wel juist, gerelateerd zijn aan niveau. Zo neemt het werkloosheidspercentage onder schoolverlaters bij de BOL terug van 8,6% op niveau 2 naar 3,4% op niveau 4. Bij hbo is het 3,3%. De bruto uurlonen liggen voor hbo-afgestudeerden aanzienlijk hoger dan mbo.

Sociale media

In het onderzoek gaan we na welke rol sociale media (kunnen) spelen bij het stimuleren van leerlingen voor het maken van kansrijke studiekeuzes. Met sociale media doelen we op online platforms die interactie en dialoog tussen gebruikers mogelijk maakt, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie.⁷ In het leven van jongeren neemt het gebruik van diverse soorten sociale media een belangrijke plaats in, gericht op allerlei doeleinden. Sociale media maken het mogelijk om informatie te delen, met elkaar te communiceren en te discussiëren, en foto's en filmpjes te delen.⁸ Daarnaast kan sociale media gebruikt worden als marketingmiddel om bepaalde doelgroepen te bereiken.

De meest gebruikte sociale media kanalen zijn Facebook, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn en X (voorheen Twitter). In 2003 ging LinkedIn van start, gevolgd door Facebook in 2004, YouTube in 2005, en Twitter (tegenwoordig X) in 2006. Enige jaren later werden in 2010 Pinterest en Instagram, en in 2011 Snapchat gelanceerd. TikTok ging in 2016 van start in China en is in de jaren daarna ook in Nederland steeds belangrijker geworden⁹.

De diverse platforms worden in verschillende mate gebruikt. Newcom Research & Consultancy (2025) heeft begin 2025 meer dan 6.400 Nederlanders van 15 jaar of ouder ondervraagd over hun sociale media gebruik. Zij voeren dit onderzoek jaarlijks uit. Het onderzoek laat belangrijke trends en veranderingen in het gebruik van sociale media in Nederland zien. Uit de data blijkt onder andere dat platforms zoals Twitter (X), Facebook en Pinterest gebruikers verliezen, terwijl WhatsApp, YouTube, Instagram, LinkedIn en TikTok blijven groeien. Hoewel het aantal gebruikte platforms per persoon afneemt, wordt er intensiever gebruikgemaakt van de overgebleven platforms (Newcom, 2025). Het grootste sociale media platform is YouTube met 10,2 miljoen Nederlandse gebruikers, gevolgd door Facebook met 9,9 miljoen, Instagram 8,2 miljoen en LinkedIn 5,7 miljoen. Specifiek voor jongeren van 15-19 jaar komt uit dit onderzoek naar voren dat zij gemiddeld 161 minuten per dag doorbrengen op sociale media.

⁶ <https://www.azwinfo.nl/nieuws/arbeidsmarktprognose-2034-tekort-in-zorg-en-welzijn-stijgt-tot-305-000-werknemers/>

⁷ [Sociale media - Wikipedia](#)

⁸ Zie o.a. [Wat is Social Media? | Kennisbank van SocialLane - SocialLane](#)

⁹ [Geschiedenis van het internet en social media - Blooise](#)

Volgens TeamAlert (2021) zijn er verschillende sleutelredenen die het gebruik van sociale media onder jongeren verklaren. Ten eerste ervaren ze het gebruik van sociale media als plezierig. Ten tweede zien ze het als een cruciale manier om met hun sociale netwerk verbonden te blijven. Daarnaast dient het als een handige bezigheid bij verveling. Ook de behoefte om te volgen wat anderen doen en de wens om geen belangrijke informatie te missen, spelen een belangrijke rol.

Jongeren maken veel gebruik van sociale media. De vraag is echter of deze ook benut (kunnen) worden om kansrijke studiekeuzes meer onder de aandacht te brengen.

1.4 AANPAK VAN HET ONDERZOEK EN OPZET VAN DIT EINDRAPPORT

De volgende onderzoeksactiviteiten zijn uitgevoerd:

1. Verzamelen en bestuderen van mesodata om de (ontwikkelingen in de) transitiestromen van leerlingen binnen het vo en vanuit het vo in beeld te brengen. Daarmee wordt duidelijk welke transities van belang zijn richting kansrijke vervolgopleidingen en hoe deze zich in de tijd hebben ontwikkeld.
2. Verzamelen en bestuderen van bestaand (nationaal en internationaal) onderzoek over welke beleidsinitiatieven gericht op het beïnvloeden van keuzeprocessen zijn benut en wat er bekend is over de resultaten hiervan.
3. Een online-surveyonderzoek onder marketingmanagers en onderwijsmanagers van mbo- en hbo-instellingen. De marketingmanagers zijn benaderd via het netwerk van de koepelorganisaties Vereniging Hogescholen (VH) en de MBO Raad. De contactgegevens van onderwijsmanagers zijn door SEOR zelf verzameld. Hierbij zijn zowel managers benaderd van kansrijke als minder kansrijke studierichtingen. Uiteindelijk betrof de netto respons 70 marketingmanagers en 62 onderwijsmanagers.
4. Onder studenten zijn vier focusgroepen georganiseerd: twee in het mbo en twee in het hbo, met een variatie naar twee 'kansrijke' en twee 'minder kansrijke' opleidingsrichtingen. Het gaat in alle gevallen om eerstejaars studenten die in het gesprek terugkijken op hun keuzeproces en de rol van sociale media daarbij.
5. Twee werktafels waarin met vertegenwoordigers van (praktijk)experts van beleid, onderwijsveld en bedrijfsleven is gereflecteerd op de bevindingen tot nu toe en met elkaar van gedachten is gewisseld over mogelijkheden van sociale media en andere (beleids)interventies gericht op kansrijke studiekeuzes door vo-leerlingen. In totaal hebben 15 vertegenwoordigers van verschillende organisaties¹⁰ deelgenomen.
6. De belangrijkste resultaten zijn besproken op een aparte conferentie over de aansluiting onderwijs – arbeidsmarkt die werd georganiseerd vanuit het Instituut Gak¹¹. Naast de resultaten van het onderhavige onderzoek kwamen op deze conferentie ook de voorlopige resultaten van een studie van ROA aan de orde over de overwegingen van jongeren bij hun studiekeuze en de informatiekkanalen daarbij. Tijdens de conferentie gaven vertegenwoordigers vanuit het onderwijsveld en sectororganisaties hun visie op het thema.

¹⁰ De betreffende deelnemende organisaties zijn weergegeven in bijlage I.

¹¹ Een verslag hiervan is terug te vinden op: <https://www.instituutgak.nl/blog/aansluiting-onderwijs-en-arbeidsmarkt-voor-verbetering-vatbaar/>

De eerste twee onderzoeksactiviteiten zijn uitgebreid besproken in het eerste deelrapport¹² van deze studie en de aanpak en resultaten van de derde en vierde onderzoeksactiviteit zijn opgenomen in het tweede deelrapport¹³. In de onderhavige eindrapportage worden de belangrijkste uitkomsten van beide deelrapportages samengevat in hoofdstuk 2. Tevens worden een aantal beleidsopties uitgewerkt, waarbij ook de uitkomsten van de werktafels en de conferentie zijn benut (hoofdstuk 3). Het gaat bij deze beleidsopties om de inzet van sociale media én om andere (beleids)interventies om de keuze voor kansrijk keuzegedrag verder te versterken. Daarnaast komen de (mogelijke) neveneffecten van de voorgestelde aanpak aan de orde (hoofdstuk 4). Zoals bijvoorbeeld, leidt meer sturing richting kansrijke studies mogelijk tot meer uitval?

Aan het begin van dit rapport treft u de samenvatting met conclusies en aanbevelingen aan.

¹² Arie Gelderblom, Daniël Bos, Fabian Dekker, Yvonne Prince en Arie-Jan van der Toorn (2024), Keuzeprocessen door leerlingen in het voortgezet onderwijs, Rotterdam: SEOR. Zie <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/02/Deelrapport-1-Keuzeprocessen-door-leerlingen-in-het-voortgezet-onderwijs.pdf>

¹³ Fabian Dekker, Daniël Bos, Yvonne Prince, Arie Gelderblom en Arie-Jan van der Toorn (2024), Sociale media: de inzet door mbo- en hbo-instellingen en (mogelijk) gebruik door studenten bij hun studiekeuze, Rotterdam: SEOR. Zie <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/10/Def-Deelrapport-2-Potentieel-gebruik-van-sociale-media-bij-kansrijke-studiekeuzes.pdf>

2 BEVINDINGEN UIT VOORGAANDE RAPPORTEN

Ondanks de opkomst van meer brede profielen zoals Dienstverlening en Producten op het vmbo, zien we dat de verdeling van de instroom over de verschillende richtingen in het mbo en het hbo/wo per saldo relatief constant blijft over de tijd. We zien geen duidelijke trends richting sectoren met een groter arbeidsmarktperspectief. De keuze voor een bepaald profiel is met name voor de techniek zeer bepalend voor de kans dat een leerling later in een technische opleiding terechtkomt.

Om de keuzes van leerlingen richting sectoren met betere arbeidsmarktkansen te bevorderen zijn verschillende instrumenten beschikbaar. Met name over instrumenten die de omgevingsfactoren van leerlingen beïnvloeden (arbeidsmarktinformatie, rolmodellen, ouders) zijn effectieve maatregelen bekend. De omvang van de effecten verschilt echter, omdat uitvoeringsaspecten rondom de instrumenten ook doorwegen.

Over de inzet en het effect van sociale media is weinig bekend. Een online enquête onder opleidings- en marketingmanagers van onderwijsinstellingen laat zien dat sociale media veel worden gebruikt, maar niet het belangrijkste informatiekanaal is voor instellingen. Het wordt met name ingezet om leerlingen te enthousiasmeren en passief te informeren over opleidingen. Het arbeidsmarktperspectief speelt daarbij een kleine rol. Leerlingen maken echter maar zeer beperkt gebruik van sociale media bij het maken van studiekeuzes, en vinden ook niet dat scholen hier meer op zouden moeten inzetten. Sociale media worden met name gebruikt om wat meer informatie te krijgen over de ‘sfeer’ van een instelling, en vervult in die zin vaker een bevestigende rol. Hieraan gerelateerd zien leerlingen het liefst authentieke inhoud, bijvoorbeeld van (oud-)studenten waarin een realistisch beeld over de opleiding wordt neergezet. Men hecht aan juiste arbeidsmarktinformatie, maar is negatief over meer sturing naar bepaalde opleidingen met meer arbeidsmarktperspectief. Hoewel kansrijke keuzebeïnvloeding (deels) mogelijk is, lijkt de rol van sociale media in ieder geval beperkt.

2.1 INLEIDING

In de afgelopen tijd hebben we een aantal onderzoeksactiviteiten uitgevoerd naar de studiekeuzes die leerlingen maken, welke instrumenten er zijn om die keuzes te beïnvloeden, en welke rol sociale media hierin kunnen spelen. Als startpunt is er een mesodata-analyse gedaan van de (stromen in) keuzeprocessen in het onderwijs om een beeld te krijgen van hoe deze zich in de afgelopen jaren hebben ontwikkeld. Daarnaast is er een literatuurstudie verricht naar bestaand onderzoek over welke beleidsinitiatieven gericht op het beïnvloeden van keuzeprocessen in Nederland en enkele andere landen er zijn, en welke resultaten deze initiatieven opleveren. Uitgebreide resultaten van deze onderzoeksactiviteiten zijn te vinden in *Deelrapport 1: Keuzeprocessen door leerlingen in het voortgezet onderwijs*.¹⁴

Voortbouwend op de resultaten uit het eerste deelrapport, is vervolgens een veldwerkonderzoek uitgevoerd dat zich middels focusgroepen enerzijds richtte op hoe eerstejaars mbo- en hbo-studenten tot hun keuzes gekomen zijn, waarbij er een specifieke focus was op het gebruik van sociale media bij deze keuzes. Anderzijds is naast het perspectief van de leerlingen ook het perspectief van de scholen onderzocht, door een online enquête af te nemen onder marketing- en opleidingsmanagers bij verschillende hbo- en mbo-instellingen. Middels deze vragenlijst is onder andere in kaart gebracht in hoeverre scholen sociale media inzetten om opleidingen te promoten. Uitgebreide resultaten van deze onderzoeksactiviteiten zijn te vinden

¹⁴ Zie Gelderblom e.a. (2024), zie: <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/02/Deelrapport-1-Keuzeprocessen-door-leerlingen-in-het-voortgezet-onderwijs.pdf>

in *Deelrapport 2: Sociale media: de inzet door mbo- en hbo-instellingen en (mogelijk) gebruik door studenten bij hun studiekeuze*.¹⁵

Als opmaat richting de beleidsopties voor de bevordering van keuzes met betere arbeidsmarktperspectieven in het onderwijs, vatten we in dit hoofdstuk de belangrijkste bevindingen uit de voorgaande deelrapporten samen.

2.2 KEUZEPROCESSEN DOOR LEERLINGEN IN HET VOORTGEZET ONDERWIJS

2.2.1 Keuzes op vmbo en mbo

Geen duidelijke opkomst zorg en techniek, wel sterke groei profiel Dienstverlening en Producten

Als we op het vmbo de ontwikkeling van profielen in leerjaar 3 bekijken, dan zien we dat de profielen met meer arbeidsmarktperspectief (waaronder zorg en technische profielen) in de afgelopen jaren geen duidelijke opmars hebben gemaakt. Zowel het profiel Zorg en Welzijn als het profiel Producten, installeren en energie kenden een daling in het aandeel leerlingen van 2003 tot en met 2015. Vanaf dat jaar zien we wel een lichte toename, maar het aandeel ligt nog steeds lager dan in 2003. Een van de oorzaken is dat het profiel Dienstverlening en Producten in de afgelopen jaren (sinds de introductie in 2007) een duidelijke opmars heeft gemaakt. Dit profiel kent een zeer brede oriëntatie waarbij een leerling nog alle kanten op kan. Vooral in de gemengde leerweg is dit profiel zeer populair, met in 2022 ongeveer de helft van alle leerlingen die dit profiel kiest. Ook op basis en kader wint dit profiel aan populariteit.

De opmars van het profiel Dienstverlening en Producten (D&P) zou er wel voor kunnen zorgen dat er richting het mbo meer doorstroom naar techniek plaatsvindt, aangezien D&P breed is opgezet en leerlingen nog verschillende kanten op kunnen. De doorstroom van D&P naar een technische opleiding op het mbo is wel iets hoger dan bijvoorbeeld vanuit een economische richting, maar zorg en economie blijven veruit de grootste doorstroomrichtingen vanuit D&P. Al met al zien we bij de instroom op het mbo weinig ontwikkeling: de verdeling van de instroom over verschillende sectoren is behoorlijk stabiel over de tijd.

Voor kansrijk kiezen is vooral bij techniek sprake van voorsorteren via de profielkeuze; dit geldt minder voor zorg en welzijn

Wanneer een leerling geen technisch profiel heeft gekozen op het vmbo, is de kans op een technische vervolgopleiding klein. Er is namelijk weinig instroom vanuit andere richtingen dan vmbo-techniek naar mbo-techniek. Dit ligt niet zozeer aan een kleine arbeidsmarkt voor technici, want de arbeidsmarktkansen voor mbo-technici zijn goed. Voor de kans dat een leerling uiteindelijk in een technische opleiding terecht komt, is de keuze voor een technisch profiel op het vmbo dus al zeer bepalend. Voor de doorstroom naar vervolgopleidingen in de zorg en welzijn ligt dit anders. Bij een aantal andere profielen kiest een behoorlijk aandeel leerlingen alsnog voor een vervolgopleiding in de zorg en welzijn. Deze transitie tussen vmbo en mbo veranderen (net als de keuzes zelf) niet veel over de tijd.

2.2.2 Keuzes op havo/vwo en in het hbo/wo

In het hoger onderwijs wat meer dynamiek in keuzes, niet direct ten gunste van kansrijke keuzes

Op de havo en het vwo zien we wat meer dynamiek in de profielkeuzes. Op de havo is met name het profiel Natuur & gezondheid in de afgelopen jaren populairder geworden, ten koste van het profiel Cultuur en maatschappij. Toch blijft op de havo het profiel Economie & maatschappij veruit de populairste keuze: bijna de helft van de leerlingen kiest voor dit profiel. Het profiel Natuur en Techniek is een stuk minder populair op de havo. Op het vwo kiezen beduidend meer leerlingen voor het profiel Natuur en techniek, al lijkt dat in de laatste jaren wel iets terug te lopen.

¹⁵ Zie Dekker e.a. (2024), zie: <https://www.instituutgak.nl/wp-content/uploads/2024/10/Def-Deelrapport-2-Potentieel-gebruik-van-sociale-media-bij-kansrijke-studiekeuzes.pdf>

Als we kijken naar opleidingsrichtingen waarbij zich vooral arbeidsmarktkraptes voordoen, dan is, vergelijkbaar met het vmbo, het voorsorteren via profielen een groter probleem in de techniek dan in de zorg en het onderwijs. De terugloop van het profiel Natuur en techniek is daarom wel een aandachtspunt voor de instroom in technische vervolgopleidingen. In de vervolgopleidingen op het terrein van gezondheid en onderwijs speelt dit minder omdat de instroom meer gespreid vanuit verschillende profielen plaatsvindt. Ook in het hoger onderwijs geldt dat de uiteindelijke instroom in verschillende richtingen behoorlijk stabiel blijft over de tijd.

2.2.3 Transitie in niveau

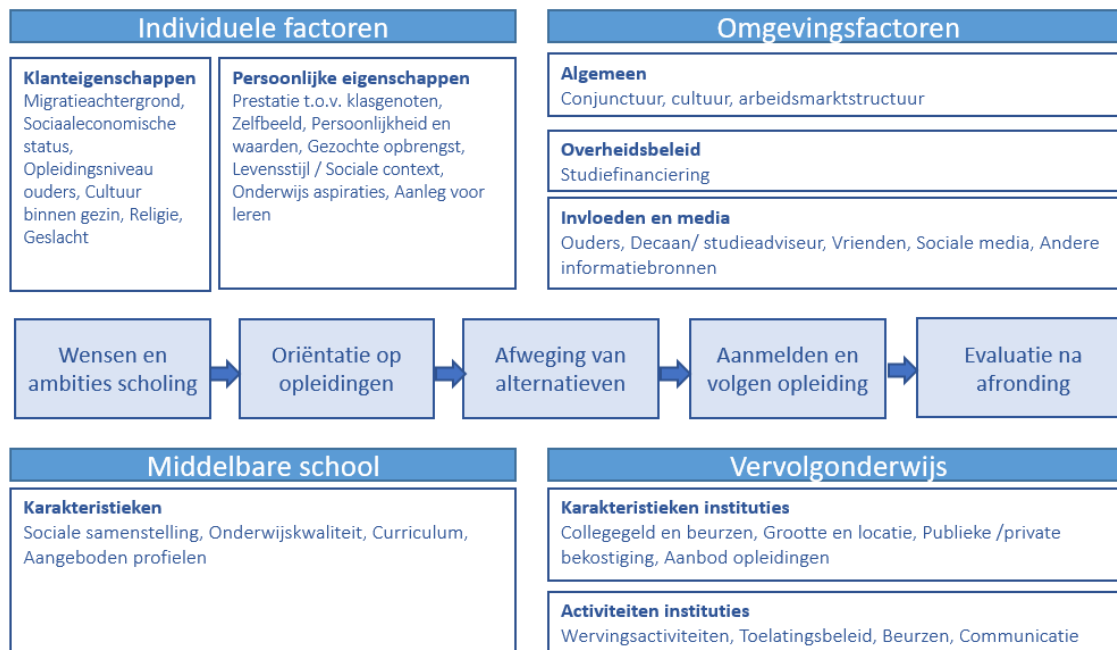
Naast transitie tussen richtingen zijn voor kansrijke keuzes ook transitie in niveau relevant. Vanuit de theoretische leerweg op het vmbo stroomt maar liefst een vijfde door naar de havo. Vanuit basis/kader en gemengd ligt deze doorstroom een stuk lager. Ook de doorstroom van havo naar vwo ligt met 5% vrij laag. We zien dat ‘stapelen’ van niveau vaker voorkomt bij groepen met een achterstandspositie, bijvoorbeeld bij leerlingen met een migratieachtergrond. Zowel de transitie van vmbo naar havo, als de transitie van havo naar vwo komt onder deze groepen vaker voor. Dit komt overeen met een aantal andere onderzoeken die zich richten op het stapelen van niveaus.¹⁶

2.3 INZICHTEN UIT DE LITERATUUR OVER DE BEÏNVLOEDING VAN KEUZEPROCESSEN

In de vorige paragraaf beschreven ontwikkelingen laten zien dat er nog veel te winnen is als het gaat om bevordering van opleidingen in sectoren met meer arbeidsmarktperspectief. We hebben in de literatuur gezocht naar mogelijke instrumenten om de keuzes van leerlingen te beïnvloeden, en hoe succesvol deze zijn. Uitgangspunt bij deze zoektocht is het gedragsmodel van Vrontis e.a. (2007), weergegeven in figuur 2.1, waarin een systematische indeling van factoren die bij de studiekeuze een rol spelen wordt gemaakt. Daarbovenop wordt vanuit de meer recente gedragseconomische literatuur nog een aantal barrières genoemd die van belang zijn bij het maken van studiekeuzes. Dit gaat om een gebrek aan (arbeidsmarkt)informatie, te veel focus op het heden, te weinig aandacht voor de keuze, en (negatieve) sociale invloeden (meningen van anderen).

¹⁶ Zie bijvoorbeeld: CPB (2022). Hierin wordt erop gewezen dat dit mogelijk komt omdat leerlingen vaker (51%) aangeven dat ze stapelen omdat zij een te laag schooladvies hebben gekregen in vergelijking met de stapelaars zonder migratieachtergrond (41%). Andere mogelijke verklaringen worden genoemd in Den Hartog e.a. (2021). De zogenoemde ‘immigrant optimism hypothesis’ stelt dat ouders die zijn geëmigreerd hoge verwachtingen hebben van hun kinderen en dat ze onderwijs als de manier zien om hogerop te geraken; daarom stimuleren zij bij hun kinderen het behalen van een zo hoog mogelijk onderwijsniveau. Verder behalen jongeren met een migratieachtergrond in veel mindere mate een havo- of vwo-diploma; zij behalen eerst een mbo-diploma en stromen dan door naar een hbo-opleiding.

Figuur 2.1 Studiekeuzemodel voor de overgang van voortgezet onderwijs naar vervolgonderwijs



Bron: Vrontis e.a. (2007). bewerking door SEOR.

Meeste bewijs voor effectiviteit van interventies die de omgevingsfactoren beïnvloeden

In tabel 2.1 wordt een samenvattend overzicht gegeven van de invloed van diverse beleidsinstrumenten vanuit de beschikbare literatuur. Qua soorten interventies is er met name voor een aantal beleidsinstrumenten die de *omgevingsfactoren* beïnvloeden (empirisch) bewijs voor de mate waarin een instrument effectief kan zijn in het beïnvloeden van studiekeuzes. Dit geldt in ieder geval voor arbeidsmarktinformatie, rolmodellen en interventies gericht op ouders. Uitvoeringsaspecten spelen een belangrijke rol in de omvang van deze effecten. Bij interventies gericht op de manier waarop het *vervolgonderwijs* wordt ingericht betreft het met name meer beschrijvende studies.

Tabel 2.1 Samenvattend overzicht van interventies en de bijbehorende gevonden resultaten

Interventies	Resultaten
Omgevingsfactoren	
Arbeidsmarktinformatie	Er is in de literatuur sprake van redelijk wat bewijs dat arbeidsmarktinformatie een direct effect kan hebben op de keuze voor een opleiding (zie bijvoorbeeld Fouarge e.a., 2016 en 2017). Leerlingen vinden arbeidsmarktperspectief belangrijk. De manier waarop deze arbeidsmarktinformatie wordt gedeeld met leerlingen is echter wel van belang voor het succes van de interventie. Zo laten Hummel e.a. (2018) bijvoorbeeld zien dat informatie via games tot betere keuzevaardigheden leidde dan informatie op papier.
Bedrijfsbezoeken en stages	Uit de (Nederlandse) literatuur blijkt geen sterk direct verband tussen werkexploratie en de studiekeuze; wel speelt het een belangrijke indirecte rol in het aanzetten van leerlingen tot het nadenken over de beroepskeuze.
Advies- en ombuiggesprekken	Advies- en ombuiggesprekken lijken slechts tot een beperkte verandering van de studiekeuze richting een kansrijkere studie te leiden (Meng e.a., 2014). Tevens dient opgemerkt te worden dat mentoren/decanen in het voortgezet onderwijs sterk de neiging hebben om de keuzegedachten van de leerling te bevestigen (Gelderblom e.a., 2023).
Rolmodellen	Het inzetten van rolmodellen om de perceptie van leerlingen van bepaalde beroepen te sturen lijkt effectief te kunnen zijn in het sturen van leerlingen richting kansrijke richtingen. Bij het (kortstondig) inzetten van rolmodellen is het belangrijk dat de doelgroep zich kan identificeren met het rolmodel en dat het vroegtijdig in de schoolcarrière plaatsvindt. Voorkomen moet worden dat het rolmodel zich presenteert als uitzondering op de regel.
Interventies gericht op ouders	Interventies gericht op ouders lijken effectief te kunnen zijn qua sturing richting kansrijke beroepen, omdat ouders een (zeer) belangrijke rol spelen bij de studiekeuze van leerlingen. De interventies kunnen verschillende vormen aannemen: (1) interventies gericht op de mate waarin ouders geloven dat zij in staat zijn om hun kind te begeleiden met huiswerk voor bepaalde vakken; (2) interventies gericht op de mate waarin ouders een bepaalde studierichting waarderen; (3) het veranderen van het stereotypische beeld dat ouders (mogelijk) hebben van bepaalde vakken en beroepen.
Vervolgonderwijs	
Numerus fixus en toelatingscriteria	Dialogic, Oberon en SEO (2024) laten zien dat na het instellen van een numerus fixus de studentenaantallen daadwerkelijk dalen tot ongeveer de hoogte van de toegestane capaciteit. Qua toelatingscriteria is er enig bewijs dat een verscherping van deze criteria op zichzelf al een ontmoedigend effect heeft op het aantal aanmeldingen (zie Declercq e.a., 2018).
Collegegelddifferentiatie	Er is enig bewijs dat collegegelddifferentiatie effect heeft op de richtingskeuze van studenten. De grootte van de effecten is echter veelal beperkt (zie ook Dialogic, Oberon en SEO, 2024). In Nederland lijkt de rol hiervan beperkt: zo was de bekendheid van de collegegeldkorting voor de PABO laag (Das e.a., 2021). Slechts bij 16% van de studenten die er wel van wist speelde het een rol in hun beslissing. Ook bij een analyse van trends van de instroom in lerarenopleidingen is er geen significant effect te zien (Dialogic, Oberon en SEO, 2024).
Regulering van aanbod	Er is alleen meer beschrijvend onderzoek aangetroffen over de regulering van het aanbod van opleidingen. In de praktijk blijkt het lastig om (mbo-)opleidingen te reguleren. In 2019 vond een evaluatie plaats van de vernieuwde macrodoelmatigheid wetgeving. In deze evaluatie concluderen Van Casteren e.a. (2019) dat er geen duidelijke verandering te zien is in de instroom van leerlingen in kansarme opleidingen of in het aanbod van kansarme opleidingen. Er zijn aanwijzingen dat de manier waarop opleidingen worden bekostigd belangrijk zijn als drijfveer voor hoe het aanbod van opleiders tot stand komt. Dit is bijvoorbeeld in Finland terug te zien, waar financiering op basis van arbeidsmarktprestaties invloed heeft op het aanbod (Eimers e.a., 2012).

Veel verschillen in beschikbaarheid en omvang robuuste effecten, uitvoeringsaspecten belangrijk

Bij bovenstaande opbrengsten uit het literatuuronderzoek plaatsen we een aantal belangrijke opmerkingen. Allereerst zien we dat de mate waarin er (ook empirisch) onderzoek beschikbaar is dat aantoonde dat een interventie effect heeft, sterk verschilt per instrument. Zo is er bijvoorbeeld relatief veel (empirisch) onderzoek beschikbaar over de effectiviteit van arbeidsmarktinformatie, maar weinig over bijvoorbeeld de effecten van sociale media. Er zijn ook weinig studies waarin effecten robuust worden vastgesteld aan de hand van een controlegroep-methodiek. Verder varieert de omvang van de gevonden effecten behoorlijk, ook bij onderzoek naar vergelijkbare interventies. In diverse studies zijn de gevonden effecten vrij beperkt. Uit de literatuur wordt duidelijk dat uitvoeringsaspecten een rol spelen bij de omvang van de effecten (bijvoorbeeld hoe arbeidsmarktinformatie wordt gepresenteerd). Daarnaast ligt, in ieder geval in veel

internationale studies, het accent op beïnvloeding van studiekeuzes bij het wetenschappelijk onderwijs en minder op onderwijssoorten zoals hbo en mbo.

Onderzoek naar sociale media beperkt, wel onderzoek naar vorm en inhoud

De bestaande onderzoeken naar de rol van sociale media richten zich met name op de keuze voor een bepaalde instelling en niet zozeer naar de opleidingsrichting (zie bijvoorbeeld Fishbein, 2022). Er is wel onderzoek gedaan naar de vorm en inhoud die leerlingen het liefst zien als het gaat om informatie over keuzes via sociale media. Jonker (2018) concludeert dat de scholieren de informatie het liefst zien in de vorm van een beeld (met tekst) of een korte video van maximaal één minuut. Een langere video wordt minder gewaardeerd. Daarnaast hangt het type gewenste informatie af van welk sociaal medium wordt gebruikt. Op Instagram zien ze het liefst 'posts' over studie- en examentips, grappige en herkenbare quotes en informatie over studies en opleidingen. Wat Facebook betreft mogen de 'posts' informatiever zijn, zoals informatie over open dagen en meeloopdagen. YouTubevideo's moeten volgens de scholieren gaan over studeren en werken. Scholieren reageren het vaakst op een social media bericht als ze dit bericht met anderen willen delen, als het bericht hen aanspreekt of als ze het bericht grappig vinden.

2.4 INZET VAN SOCIALE MEDIA DOOR ONDERWIJSINSTELLINGEN EN GEBRUIK DOOR LEERLINGEN

Zeker omdat er in de literatuur nog weinig bekend is over de effectiviteit van sociale media in de beïnvloeding van studiekeuzes, is een inventariserend beeld van de inzet en het gebruik van sociale media voor dit doel een belangrijke toevoeging aan de literatuur. Om dit te onderzoeken is enerzijds een online enquête afgenomen onder opleidings- en marketingmanagers van mbo- en hbo-scholen, en zijn een aantal focusgroepen met eerstejaars studenten van zowel kansrijke als minder kansrijke opleidingen op het mbo en het hbo gehouden. In totaal hebben 132 personen de enquête ingevuld, waarvan 70 marketingmanagers en 62 opleidingsmanagers. Daarnaast zijn er vier focusgroepen met studenten gehouden.

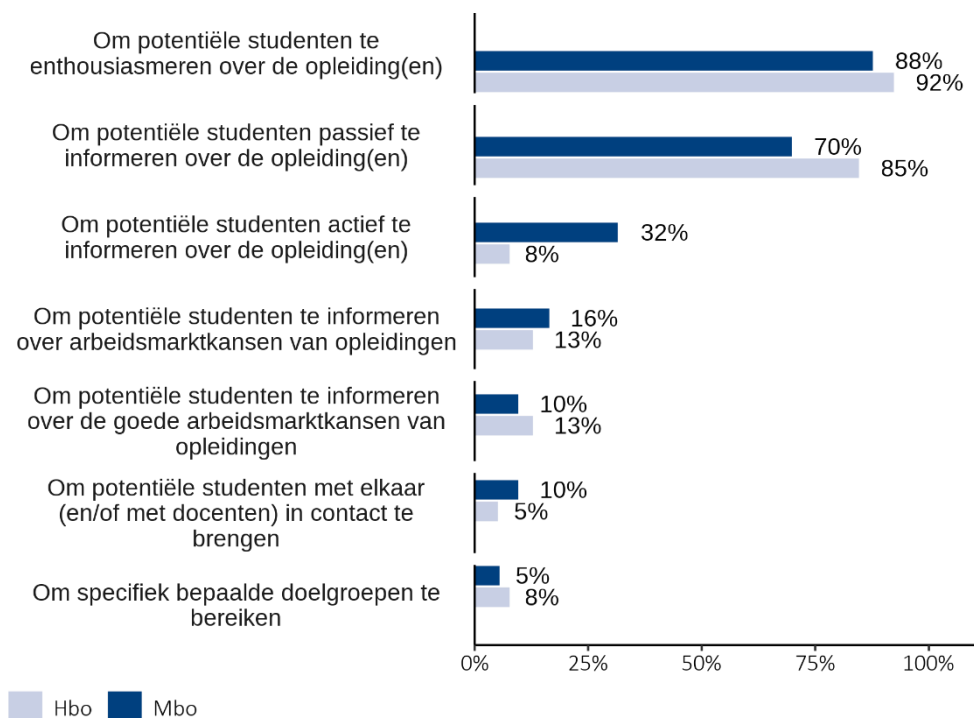
Sociale media door vrijwel elke instelling ingezet, maar niet belangrijkste informatiekanaal

Ons veldwerk onder mbo- en hbo-instellingen laat zien dat sociale media bij nagenoeg alle responderende onderwijsinstellingen worden ingezet om potentiële studenten te bereiken. Het meest gebruikte platform hiervoor is Instagram. Respondenten hanteren sterk uiteenlopende visies over de rol van sociale media in het studiekeuzeproces van jonge mensen. Enerzijds zijn er veel respondenten die aangeven dat sociale media een belangrijke (informatieve) rol spelen voor jongeren. Anderzijds geven veel respondenten aan dat jongeren lastig te bereiken zijn via sociale media; zij volgen niet zo snel uit zichzelf de kanalen van mbo- of hbo-instellingen. Meerdere respondenten geven aan dat ze hen (daarom) proberen te bereiken door gebruik te maken van huidige of oud-studenten bij het maken van sociale media content. Bij een aantal open antwoorden komt naar voren dat ook ouders een doelgroep zijn die men poogt te bereiken met sociale media. Qua belang van de sociale media als informatiekanaal voor de instelling komt het gemiddeld op de vierde plaats, achter open dagen/meeloopdagen, de ervaringen van anderen en de website van een school/opleiding.

Arbeidsmarktperspectief speelt beperkte rol in sociale media content van opleidingen

Het geven van informatie over arbeidsmarktperspectief rond bepaalde opleidingsrichtingen speelt slechts een beperkte rol in het sociale media beleid; de voornaamste redenen om potentiële studenten te bereiken via sociale media zijn het enthousiasmeren over en het actief/passief informeren over deze opleidingen (bijvoorbeeld over de inhoud en wanneer er open dagen plaatsvinden). Dit wijst erop dat het de scholen er minder om gaat welke opleidingsrichting ze kiezen, maar wel dat ze voor de betreffende school kiezen. Daarnaast zijn respondenten het vaker oneens dan eens met de stelling dat onderwijsinstellingen zich met hun sociale media content vooral moeten (gaan) richten op kansrijke opleidingen. Figuur 2.2 geeft de belangrijkste doelen van het sociale media beleid van onderwijsinstellingen weer.

Figuur 2.2 De belangrijkste doelen bij het sociale media beleid



Bron: Enquête onder marketing- en opleidingsmanagers van mbo- en hbo instellingen (Mbo: N=73, Hbo: N=39). SEOR, 2024. Noot: actief informeren heeft meer betrekking op informatie in interactie met studenten, bij passief informeren is deze interactie minder aanwezig (meer “zenden”).

Voor leerlingen is de rol van sociale media als informatiebron bij de opleidingskeuze zeer beperkt

De eerstejaars mbo- en hbo-studenten noemen in de focusgroepen informatiebronnen als open dagen, websites, flyers en de informatie van anderen als zoekkanalen die zij gebruiken hebben bij de keuze van hun opleiding. De rol van sociale media bij de opleidingskeuze blijkt zeer beperkt. Er zijn wel een paar leerlingen die aangeven filmpjes te hebben gekeken over de opleiding (bijvoorbeeld via YouTube) maar dit was met name met een praktische reden, bijvoorbeeld werktuigbouwkunde studenten die wilden weten hoe de werkplaats eruitziet. Wanneer de studenten de mogelijke rol van sociale media op dit terrein wordt voorgelegd, geven zij aan dat sociale media nuttig zijn om te weten dat een opleiding bestaat (‘informeren’), en het kan een inkijkje bieden in de ‘sfeer’ van een school/opleiding (‘enthousiasmeren’). Toch zijn bijna alle studenten ervan overtuigd dat sociale media eerder bevestigend kunnen werken naar studenten die al hun keuze gemaakt hebben, in plaats van dat het een beïnvloedende factor is in het directe keuzeproces¹⁷. Dit sluit aan bij de bevindingen in het onderwijsveld, dat sociale media vooral ondersteunend zijn aan andere, meer ‘traditionele’ communicatiekanalen.

Dat sociale media een beperkte rol spelen als informatiekanaal blijkt ook uit de resultaten van een lopend onderzoek van ROA naar overwegingen van jongeren op het mbo bij hun studiekeuze¹⁸. In dat onderzoek is

¹⁷ Bij de werktafels werd aangegeven dat deze bevestigende rol ook deels eigen is aan sociale media. Via de algoritmes van sociale media wordt veelal nieuwe informatie aangereikt die reeds aansluit op eerdere informatie. Je komt minder in aanraking met beelden en werelden die je nog niet kent.

¹⁸ Het gaat hierbij om een lopend onderzoek van ROA, waarvan Didier Fouarge een presentatie van voorlopige uitkomsten gaf op de conferentie ‘De aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt: voor verbetering vatbaar?!’ in Amsterdam op 3 december 2024. Het rapport van deze studie wordt eind 2025 openbaar. Zie: <https://www.instituutgak.nl/onderzoek/onderzoeken/kansrijk-kiezen-overwegingen-van-jongeren-bij-hun-studiekeuze/>

gebruik gemaakt van een enquête als supplement op de schoolverlatersmonitor. Hierin wordt bevestigd dat een heel beperkt deel (minder dan 10%) sociale media of podcasts, als een van de gebruikte informatiekanalen bij hun studiekeuze noemt.

Wat betreft inhoud is authenticiteit van groot belang

Wat betreft de vorm en inhoud van de filmpjes wordt de behoefte benadrukt aan authentieke communicatie-uitingen die vooral de 'sfeer' van een opleiding kunnen weergeven en een realistisch beeld schetsen. De inzet van (oud-)studenten ligt dan veel meer voor de hand dan bijvoorbeeld een influencer ("het moet geen verkooppraatje worden"). Opvallend is dat sociale media 'posts' in samenwerking met een influencer relatief slecht werden beoordeeld. Dit spoort met de resultaten uit het eerder aangehaalde onderzoek van Jonker (2018).

Vrije studiekeuze is het uitgangspunt, waarbij goede informatievoorziening van belang is

Veel studenten vinden het geen goede zaak wanneer onderwijsinstellingen zich in het algemeen, en specifiek op sociale media, vooral focussen op richtingen met meer arbeidsperspectief. Zij vinden dat de vrije studiekeuze voorop staat. Ze geven aan dat wanneer jonge mensen 'gestuurd' worden op een keuze, er wellicht een kans is dat zij in het eerste studiejaar eerder stoppen met een opleiding. Hoogstens kan een – realistische – informatievoorziening dit keuzeproces nog beter faciliteren. Dit betreft dan bijvoorbeeld een realistisch beeld van de inhoud van een opleiding en aansluitende beroepen, of informatie over de salarishoogte van corresponderende beroepen. Noemenswaardig is verder ook dat verschillende studenten aangeven *niet* van onderwijsinstellingen te verwachten dat ze nog actiever op sociale media zijn. Hier doet zich een verschil voor tussen het privédomein van studenten en het systeemdomein van de onderwijsinstelling. Leerlingen associëren sociale media eerder met vrienden en vrije tijd dan met school.

3 VERTALING NAAR MOGELIJKE BELEIDSOPTIES

Vertaling van de uitkomsten van het onderzoek naar mogelijke beleidsopties laat zien dat sociale media een beperkte rol toegedicht moeten worden om kansrijk kiezen te bevorderen. Jongeren associëren sociale media meer met de privésfeer en als ze al sociale media voor studiekeuzes gebruiken is dit meer ter bevestiging. Het type vormgeving van dergelijke media – korte, aantrekkelijke, authentieke, filmpjes – kan echter wel benut worden in contexten waar loopbaankeuzes wel aan de orde zijn, zoals LOB-activiteiten op school en LOB-websites. Belangrijk is dan wel om meer kennis op te doen en te verspreiden over de meest geschikte vormgeving van dergelijke video's en vooral ook hoe arbeidsmarktinformatie daarin kan worden verwerkt. Deze vormgeving zal naar verwachting ook maatwerk betekenen richting verschillende doelgroepen, zoals leerlingen, ouders, decanen en mentoren.

Dat geen hoge verwachtingen gekoesterd mogen worden van sociale media voor kansrijk kiezen, onderstreept het belang om via andere routes kansrijk kiezen te stimuleren. Belangrijk is dat transities in het onderwijs geen onnodige belemmeringen opwerpen. Dit betekent bijvoorbeeld dat voorkomen wordt dat vmbo-leerlingen niet voor een technisch profiel kiezen omdat hun school dat eenvoudigweg niet aanbiedt. En dat ze makkelijker nog routes kunnen volgen om techniek op een vervolgopleiding te kiezen vanuit andere profielen op het vo. Stapelen is ook een route die alsnog betere kansen biedt omdat men hierdoor een hoger onderwijsniveau kan bereiken, wat veelal ook tot betere arbeidsmarktperspectieven leidt. Daarom heeft stapelen binnen de huidige onderwijsstructuur een belangrijke functie voor de aansluiting op de arbeidsmarkt. Idealiter zou het onderwijs echter op zo'n manier moeten worden ingericht dat stapelen minder noodzakelijk is. Als vo-leerlingen pas op een wat latere leeftijd belangrijke studiekeuzes hoeven te maken, zijn hun interesses en kwaliteiten al duidelijker uitgekristalliseerd, en worden keuzes meer bestendig.

Versterking van het belang van kansrijk kiezen en arbeidsmarktinformatie binnen LOB is een andere belangrijke optie, waarin dan niet alleen leerlingen worden meegenomen maar ook ouders. Financiële prikkels voor studenten, zoals collegegelddifferentiatie liggen minder voor de hand, omdat de effectiviteit beperkt lijkt. Als dit zou worden toegepast zou tenminste aan de bekendheid moeten worden gewerkt om de kans op succes te vergroten. In de huidige situatie hebben onderwijsinstellingen weinig direct prikkels om hun aanbod af te stemmen op de arbeidsmarkt. De bestaande regelgeving rond macrodoelmatigheid is bedoeld om hier tegenwicht aan te bieden, maar de effectiviteit hiervan zou wel moeten worden vergroot.

Om aangepaste of nieuwe beleidsopties op hun merites te beoordelen pleiten we voor kleinschalige experimenten die bij gebleken succes in effectmetingen kunnen worden opgeschaald. Wel is van belang om op te merken dat kleine positieve effecten soms al voldoende kunnen zijn om de kosten van een maatregel te compenseren.

3.1 INPUTS EN OPZET BELEIDSOPTIES

In dit hoofdstuk wordt de vertaling gemaakt van de uitkomsten van het onderzoek naar mogelijke beleidsopties. De uitkomsten uit de vorige deelrapportages, samengevat in het voorgaande hoofdstuk, zijn uiteraard een cruciale input. Voor de vertaling hiervan richting beleid maken we ook gebruik van de bevindingen uit twee werktafels met beleidsmakers en vertegenwoordigers vanuit verschillende relevante organisaties¹⁹, waarbij de voorlopige resultaten van het onderzoek input waren. Dit geldt ook voor de conferentie over de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt die Instituut Gak in december 2024 heeft georganiseerd.

De beleidsopties zijn ingedeeld in vijf categorieën:

¹⁹ De deelnemende organisaties bij de werktafels zijn weergegeven in bijlage I.

- Het benutten van sociale media.
- Het onderwijssysteem, met name hoe transities in het onderwijs zijn opgebouwd.
- LOB-beleid in het voortgezet onderwijs.
- Financiële prikkels.
- Pilots en onderzoek: testen en evalueren van beleidsopties.

Deze beleidsopties zijn breder dan alleen het benutten van sociale media (de eerste categorie), juist omdat het onderzoek laat zien dat de verwachtingen hiervan voor inzet bij kansrijk kiezen niet te hoog kunnen zijn. Alle beleidsopties komen aan het einde van dit hoofdstuk kort terug in een overzichtstabel, waarbij ook actoren zijn genoemd die deze beleidsopties kunnen oppakken.

3.2 BELEIDSOPTIES GEBRUIK SOCIALE MEDIA

Niet massaal inzetten op sociale media als ‘geheim wapen’ voor kansrijk kiezen

Sociale media worden in geringe mate benut voor loopbaankeuzes omdat (1) dit wordt geassocieerd met het privéleven van jongeren en (2) als sociale media toch benut worden rondom opleidingskeuze, dit vooral ter bevestiging is van reeds gemaakte keuzes, bijvoorbeeld om een sfeerbeeld te krijgen (3) met geproduceerde sociale media items heel moeilijk door te dringen is binnen veel gebruikte algoritmes van jongeren. Jongeren reageren afwijzend op de eventuele suggesties om dit laatste te doorbreken via een (betaalde) influencer. Dit betekent dus dat van de inzet van sociale media geen grote verwachtingen gekoesterd mogen worden voor wat betreft kansrijk kiezen. Dit betekent dat andere beleidsopties zeker ook, of wellicht meer, aandacht verdienen.

Benut (sociale) media in een context waarin loopbaankeuzes toch al aan de orde zijn

De content van sociale media kan echter wel zinvol zijn als dit op een andere manier wordt overgebracht, namelijk in een context waarin loopbaankeuzes sowieso al aan de orde zijn, zoals in (LOB-)lessen in het voortgezet onderwijs. Dit kan bijvoorbeeld via filmpjes op algemene websites die de keuzes faciliteren zoals [Kiesmbo](#) of [Studiekeuze123](#) en (digitale) LOB-methoden. Deels beschikken deze bronnen al over video-content van diverse opleidingen en beroepen. Maar het is belangrijk dat juist voor de meer kansrijke beroepen en opleidingen ook typen video's beschikbaar zijn die sterk het karakter dragen van de content van sociale media (kort, speels en authentiek). De goede arbeidsmarktkansen kunnen daarin benoemd worden. Op dit laatste gaan we hieronder verder in.

Tools en tips om arbeidsmarktinformatie te verwerken in (sociale) media

In bestaande sociale media vanuit onderwijsinstellingen wordt (zeer) zelden het arbeidsmarktperspectief van opleidingen naar voren gebracht. Onderwijsinstellingen vinden dit minder belangrijk. Studenten vinden dit ook niet het belangrijkste, maar hechten wel aan correcte informatie hierover. De praktijk leert dat hierover nogal eens onjuiste beelden bestaan. De vraag is echter wat een geschikte wijze is om dergelijke arbeidsmarktinformatie via dit medium over te brengen. Wanneer dit duidelijker is, en er ook praktische voorbeelden hiervan worden uitgewerkt, maakt dit het voor instellingen, maar ook branches, makkelijker om arbeidsmarktinformatie zelf te verwerken in sociale media en (video-)content op websites. Het gewenste product is een openbaar toegankelijke handleiding, met praktische voorbeelden. Hierbij is het belangrijk dat centrale regie plaatsvindt, bijvoorbeeld vanuit een instituut als SBB of het Landelijk Centrum Studiekeuze. Dit vraagt echter wel aparte financiering waarin zowel kraptesectoren als de overheid kunnen bijdragen. Deze beleidsoptie sluit aan bij een aanbeveling van een evaluatie van de website *Kiesmbo* (Van Helvoirt e.a., 2022), waarin bepleit wordt om mediagebruik te volgen en gebruikersonderzoek onder verschillende doelgroepen uit te voeren.

Over de inhoud van een dergelijke handleiding kunnen hier op basis van het onderzoek alleen wat randvoorwaarden worden geformuleerd. Consequent kwamen korte duur, speelsheid en afwisseling, en authenticiteit als belangrijke elementen naar voren. Van Helvoirt e.a. (2022) spreken over “objectief, bondig en helder zijn en visueel aantrekkelijk”. Hoe dit zich op een geschikte manier vertaalt is op voorhand lastig in te vullen. Authenticiteit kan bijvoorbeeld ingevuld worden door een oud-student te laten vertellen wat voor opties deze allemaal had bij intrede op de arbeidsmarkt, of juist door zijn/haar werkgever hierover kort iets

te laten opmerken. Dit laatste illustreert dat de branches zelf ook een belangrijke ondersteunende rol spelen bij de inhoud. Een andere mogelijkheid is door hier juist een spelelement aan toe te voegen. In eerder onderzoek (Hummel e.a., 2018) bleek dat ook games een geschikte manier zijn om arbeidsmarktinformatie over te brengen. Maar voor dergelijke uitwerkingen is ondersteuning door een professioneel bureau op het terrein van communicatie en media benodigd.

Mogelijk in de toekomst een rol voor AI op dit terrein?

Denkbaar is dat ook AI in de toekomst een rol gaat vervullen op het terrein van keuzeprocessen en arbeidsmarktinformatie. De snelle opkomst daarvan was echter nog niet aan de orde toen de onderzoeksvragen van deze studie werden geformuleerd. Dit lijkt een belangrijk terrein voor vervolgonderzoek, waarbij in ieder geval de volgende vragen zouden kunnen worden gesteld:

- Sociale media worden vooral geassocieerd met het privéterrein. Zouden leerlingen en studenten bij AI meer geneigd zijn om dit in te zetten voor meer zakelijke vragen, zoals voor studiekeuze en arbeidsmarktinformatie?
- Een zinvol gebruik van AI is sterk afhankelijk van een doordachte aanpak door de gebruiker, met bijvoorbeeld een goede vraagstelling. Hoe kunnen verschillende betrokkenen bij keuzeprocessen, zoals leerlingen, ouders en LOB-verantwoordelijken op school, hierin goed gefaciliteerd worden?

Ouders als doelgroep voor (sociale) media

Ouders spelen een belangrijke rol in het keuzeproces van leerlingen in het voortgezet onderwijs. Daarbij kunnen de keuzes van leerlingen voor bepaalde kansrijke opleidingen gestimuleerd of belemmerd worden door de beeldvorming van hun ouders. Zo kunnen ouders een minder gunstig beeld hebben van technische opleidingen. Dit geldt zeker voor ouders met een migratieachtergrond (zie bijvoorbeeld den Hartog e.a., 2021). Tevens kunnen ouders nog stereotype ideeën hebben over of bepaalde opleidingen meer of minder geschikt zijn voor jongens of meisjes. Dit bemoeilijkt dan bijvoorbeeld de instroom van jongens in de zorg en meisjes in de techniek.

Wat betreft de inhoud van de items in beschikbare filmpjes vraagt het bereiken van de ouders als doelgroep een aparte doordenking. Hierbij gaat het zowel om de inhoud als het medium. Wat betreft de inhoud is denkbaar dat ouders bijvoorbeeld meer waarde hechten aan een rol van bedrijven/werkgevers die dan ook aandacht kunnen geven aan kansen op de arbeidsmarkt. Vanuit het onderhavige onderzoek valt hierover echter weinig te zeggen, omdat we – in tegenstelling tot leerlingen – geen ouders gesproken hebben. In de evaluatie van de website *Kiesmbo* (Van Helvoirt e.a., 2022) wordt opgemerkt, dat naast arbeidsmarktinformatie, ouders specifiek ook behoefte hebben aan informatie over kosten en financiering. Ook zij bepleiten een verder behoeftenonderzoek onder verschillende doelgroepen, waaronder zeker ook ouders.

Voor wat betreft de media zijn voor het bereiken van ouders de genoemde websites *Kiesmbo* en *Studiekeuze123* uiteraard van belang. Scholen hebben vaak weer aparte gelegenheden waarop het contact met ouders plaatsvindt, zoals ouderavonden, waarin ook dit soort materiaal benut zou kunnen worden. Indien de gewenste vorm van items en filmpjes echter afwijkt van hun kinderen, dan zouden aparte varianten voor deze doelgroep ontwikkeld dienen te worden. Wanneer sociale media ingezet worden om ouders te bereiken is van belang om op te merken dat deze leeftijdsgroepen wat vaker andere sociale media gebruiken dan hun kinderen, zoals Facebook en – het sowieso wat zakelijker – LinkedIn.

In bredere zin meer aandacht voor arbeidsmarktinformatie, inclusief de vormgeving

Sociale media worden door studenten weinig gebruikt bij hun studiekeuze; bovendien wordt in de huidige toepassingen van onderwijsinstellingen weinig aandacht besteed aan arbeidsmarktkansen. Studenten zijn echter wel geïnteresseerd in – betrouwbare en toegankelijke – arbeidsmarktinformatie. Daarom is het belangrijk om naast mogelijkheden om (sociale) media en videofilmpjes voor dit doel te benutten, zoals boven omschreven, tegelijkertijd te blijven werken aan andere manieren om arbeidsmarktinformatie over te brengen.

Onderzoek laat ook zien dat arbeidsmarktinformatie invloed heeft op keuzes. Tegelijkertijd laat dergelijk onderzoek wel zien dat deze invloed afhangt van de vormgeving. Zo laat onderzoek in IJsland geslaagde

toepassingen in de vorm van games (Hummel e.a., 2018) zien. Een recent onderzoek in Nederland (De Koning e.a., 2022) richt zich op een specifiek experiment binnen een digitale LOB-methode, waarbij de verwachtingen van jongeren uitgangspunt zijn, welke vervolgens naast de werkelijkheid worden gelegd om zo jongeren een meer reëel beeld te geven. Dit laat zien dat speelse toepassingen en toepassingen die specifiek gericht zijn op het corrigeren van verkeerde beelden relatief betere resultaten kunnen geven. In het verlengde hiervan is belangrijk dat ook in de toekomst dergelijke experimenten worden voortgezet om effectieve keuzes te maken in de vormgeving van arbeidsmarktinformatie.

Betrouwbare en authentieke arbeidsmarktinformatie dient ruim te worden opgevat. Een correct beroepsbeeld betekent ook dat er aandacht is voor gunstige en minder gunstige arbeidsomstandigheden.

3.3 BELEIDSOPTIES BINNEN DE SYSTEMATIEK VAN DOORSTROOM IN HET ONDERWIJS

In deze paragraaf bespreken we beleidsopties die betrekking hebben op de systematiek van doorstroom binnen het onderwijs. We lopen daarbij de verschillende transities af die eerder en later binnen de onderwijskolom plaatsvinden.

Het is belangrijk dat ouders van leerlingen die vanuit het basisonderwijs een keuze moeten maken voor een vmbo-school goed worden geïnformeerd welke profielen in de bovenbouw op deze school worden aangeboden (en welke niet!).

Als ouders en hun kinderen bij de keuze van een vmbo-school zich laten leiden door bijvoorbeeld de afstand, de reputatie, of de keuzes van familie en vrienden, dan is denkbaar dat men kiest voor een school waar bepaalde profielen ontbreken, zonder dat men zich dat realiseert. Bepaalde routes naar vervolgopleidingen worden dan reeds in een vroeg stadium lastiger. Dit geldt bijvoorbeeld als bepaalde technische profielen ontbreken. Hier ligt ook een taak voor po-scholen die ouders en leerlingen begeleiden en adviseren bij de keuze voor een vo-school om hen hierover te informeren. Daarbij is dan ook belangrijk dat de po-scholen van het belang hiervan doordrongen zijn en ook goed geïnformeerd worden over de structuur van de vmbo-scholen in hun omgeving. Gemeenten en regionale samenwerkingsverbanden in po en vo kunnen de po-scholen en eventueel direct de ouders op dit punt goed informeren en het belang hiervan nog eens onder de aandacht brengen.

Voorkom dat leerlingen op hun (vmbo-)school überhaupt niet voor een technisch profiel kunnen kiezen

Keuzes van profielen op het vmbo worden deels bepaald door het aanbod. Lang niet alle scholen bieden ook technische profielen aan. Voor kansrijk opleiden is daarom belangrijk dat dit bij zoveel mogelijk scholen wel het geval is. Zorg en Welzijn is vanuit arbeidsmarktperspectief ook een belangrijk profiel, maar het aanbod hiervan is meer dekkend. Als technische profielen toch ontbreken, is het belangrijk dat leerlingen die hiervoor belangstelling hebben, de kans gegeven wordt om (eventueel op een andere school) hiermee kennis te maken. Scholen kunnen onderling afspraken maken hoe deze sectororiëntatie vorm kan krijgen en hoe het traject van leerlingen die belangstelling hebben voor een technisch profiel, zo min mogelijk drempels omvat. Zolang dit binnen hetzelfde bestuur kan, ligt dit vaak makkelijker, anders moeten concurrentieoverwegingen overwonnen worden. Regionale samenwerking in het kader van Sterk Techniekonderwijs (STO) biedt een kader voor verschillende scholen en besturen om hierover afspraken te maken²⁰.

²⁰ In het kader van STO vindt een lopend monitoring- en evaluatieonderzoek plaats (zie bijvoorbeeld Muskens e.a., 2021 en 2024). Daarbij is aandacht voor de mate waarin binnen een bepaalde afstand (10 kilometer) vmbo-scholen met technische profielen beschikbaar zijn. Daarmee is overigens nog niet gezegd dat als men eenmaal op een school zit zonder aanbod van technische profielen, men dan ook makkelijk de overstap maakt naar een andere school met technische profielen als de profielkeuzes aan de orde zijn.

Voorkom dat leerlingen niet meer naar techniek kunnen doorstromen als ze (te) jong op een verkeerd pad hiervoor zitten

Jongeren in het voortgezet onderwijs moeten via de profielkeuze al op vrij jonge leeftijd voorsorteren op hun mogelijke loopbaan. Dit geldt zeker voor het vmbo, waar jongeren vaak nog maar 14 jaar zijn als ze een profiel moeten kiezen. Uit onze analyses blijkt dat de profielkeuze zeker nog niet allesbepalend is voor verdere routes in het onderwijs. Voor een belangrijk deel is dit echter wel het geval voor technische profielen: als men geen technisch/bèta profiel kiest, is de kans klein dat men later alsnog een technische opleiding kiest. Omdat het hier om een structuurkenmerk gaat van het onderwijssysteem, zijn mogelijke oplossingen of aanpassingen al snel ingrijpend. Hoe ingrijpend verschilt wel tussen varianten. Het meest ingrijpend is als (profiel)keuzes worden doorgeschoven naar een later moment. Een andere, minder ingrijpende, variant is om de profielkeuzes onderling minder onderscheidend te laten zijn. Voor de doorstroom richting techniek is dan belangrijk dat niet-technische profielen een betere basis bieden voor een keuze voor techniek dan voorheen. Dit kan bijvoorbeeld als technische keuzevakken een grotere rol spelen bij niet-technische profielen. Een laatste, minst ingrijpende, optie is dat in het vervolgonderwijs nog meer aandacht wordt gegeven aan speciale instroomtrajecten in technische opleidingen vanuit niet-technische profielen door bijvoorbeeld extra ondersteuning te bieden voor wiskunde of technische/bèta-vakken.

Besteed extra aandacht aan krapte-sectoren bij (her)oriëntatie in het mbo

Een andere optie in het bestaande onderwijssysteem, is dat leerlingen op het mbo meer ruimte krijgen voor (her)oriëntatie en dat hierbij speciale aandacht wordt besteed aan kraptesectoren. Het Ministerie van OCW is in 2024 gestart met een pilot van een oriëntatieprogramma voor studenten die nog geen specifieke beroepsopleiding kunnen kiezen²¹. Studenten volgen dan trajecten die breed zijn opgezet en van waaruit men nog naar diverse opleidingen kan doorstromen. De vraag is hoeveel aandacht hierbij wordt besteed aan kraptesectoren, zoals oriëntatieprogramma's die een goede basis bieden voor doorstroom naar technische opleidingen. De Commissie Asscher (SBB, 2022) zag destijds een kans voor dit soort trajecten om gemotiveerd te kiezen of te switchen naar een kansrijke opleiding.

Vergemakkelijk nog verder de doorstroom binnen het mbo naar hogere niveaus, in het bijzonder voor zorg

Arbeidsmarktkansen in het mbo zijn sterk verbonden aan niveau. Dit geldt wel heel sterk voor de zorg, waarbij de verschillen in kansen tussen niveau 2 ('helpende') aan de ene kant en niveau 3 ('verzorgende') en 4 ('verplegende') aan de andere kant enorm groot zijn. Het ligt voor de hand dat doorstroom hier zoveel mogelijk vergemakkelijkt wordt. Dit kan ook via de BBL-variant, waarbij de sector zelf een grote rol speelt.

Zorg dat de stapelroutes richting hoger onderwijs goed bewandelbaar blijven, maar voorkom ook in een eerder stadium de noodzaak voor stapelen

Arbeidsmarktkansen zijn behalve richting ook sterk verbonden aan niveau. Sommige groepen bereiken het hoger onderwijs pas na een aantal tussenstappen. Dit geldt in relatief sterke mate voor jongeren met een migratieachtergrond (zie bijvoorbeeld De Winter-Koçak e.a., 2021). Tevens komt stapelen vaker voor bij jongeren met ouders met een lager opleidingsniveau. Stapelen werkt bij deze groepen als een soort tweede kans²². Het is van belang dat deze routes dan zo min mogelijk barrières kennen. Voor de transitie mbo-hbo betekent dit bijvoorbeeld dat het systeem van studiefinanciering beschikbaar blijft (en geen terugval in een leenstelsel), het verder ontwikkelen van studievaardigheden in het mbo, verdere ontwikkeling doorstroomtrajecten en begeleiding voor deze doelgroep in het hbo (zie voor een overzicht van barrières en opties: Van den Broek e.a. (2020)).

²¹ <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2024-14731.pdf>

²² Deze studie richt zich met name op 14 tot 19-jarigen, dus het initieel onderwijs. Uiteraard is voor niveauverhoging ook het post-initiële onderwijs van belang. Met het wegvallen van de STAP-regeling bestaat echter minder financiële ondersteuning voor deze route in het kader van levenlang leren. De regeling "levenlanglerenkrediet" bestaat nog wel, maar is lang niet altijd bekend (Van den Ende e.a., 2019).

Juist omdat stapelen vaak als tweede kans fungeert, is het van belang om in een eerder stadium te voorkomen dat leerlingen deze omweg moeten maken, en van de directe route gebruik maken. Hierbij spelen deelname en kwaliteit van de voorschoolse educatie en de kwaliteit in het po uiteraard een belangrijke rol. Maar in diverse adviezen wordt vooral het belang benadrukt dat de differentiatie naar niveau in het vo op een later moment plaatsvindt (zie bijvoorbeeld SER, 2021). Op dergelijke adviesaanvragen gaan we hieronder verder in.

Besteed in adviesaanvragen over structuuraanpassingen in het onderwijs niet alleen aandacht aan niveau-, maar ook aan richtingskeuze

Diverse adviezen, onder meer van de SER (2021) en de Onderwijsraad (2021) bepleiten de selectie voor een specifieke onderwijsvorm uit te stellen tot na de eerste drie leerjaren van het voortgezet onderwijs. Tijdens deze brugperiode krijgen leerlingen onderwijs dat hen in staat stelt zich optimaal naar hun eigen capaciteiten te ontwikkelen. Het doel is niet om alle leerlingen hetzelfde onderwijs te laten volgen – zoals vroeger met de middenschool en basisvorming werd geprobeerd – maar om een flexibel, op maat gesneden aanbod te realiseren (zie Onderwijsraad, 2021). Na afloop van de drie jaar vindt dan een latere, meer interne en flexibele differentiatie plaats, waarbij lerarenteams op basis van gestandaardiseerde toetsen en een breed spectrum aan informatie een doorstroomadvies formuleren. Dit betekent dus dat van een vroege profielkeuze, zoals nu op het vmbo geen sprake meer is. In deze adviezen, zoals van de Onderwijsraad blijft echter onduidelijk in hoeverre nog met profielkeuzes wordt gewerkt en hoe onderscheidend deze dan zijn. De focus ligt op veranderingen in de differentiatie naar typen/niveaus en er is amper aandacht wat dit betekent voor keuzes naar richting. Een belangrijke aanbeveling is dan ook om bij dergelijke adviesaanvragen nadrukkelijk meer aandacht te besteden aan de opleidingsrichting (keuzes van specialisaties, profielen, vakkenkeuzes).

3.4 BELEIDSOPTIES RONDOM LOB-BELEID IN HET VOORTGEZET ONDERWIJS

Het is belangrijk dat binnen loopbaangesprekken en werkexploratie in het voortgezet onderwijs het element van kansrijke opleidingen (voldoende) aandacht krijgt

Leerlingen willen wat betreft arbeidsmarktkansen van opleidingen graag goed geïnformeerd worden. Dit vraagt wel (meer) deskundigheid van degenen die de gesprekken voeren en minder terughoudendheid om een (afwijkend) advies te geven, of mogelijk zelfs inbreng van externen. Zo'n advies is zeker geen dictaat, maar kan de jongere wel uitnodigen om dit in overweging te nemen en ook zelf verder te onderzoeken. Een manier om de deskundigheid op dit vlak bij mentoren en decanen te verbeteren, is training van onderwijsteams op dit vlak²³.

Belangrijk is ook dat in opdrachten gericht op het exploreren van werk en opleidingen, de (verschillen in) perspectieven op de arbeidsmarkt terugkomen. Hiermee kunnen bepaalde beelden ontkracht worden, bijvoorbeeld als ten onrechte wordt aangenomen dat een bepaalde opleiding relatief veel kansen op een baan en hoog salaris biedt. Of andersom: als ten onrechte wordt verondersteld dat een opleiding maar weinig carrièremogelijkheden biedt, zoals dat nogal eens gebeurt bij techniek.

Speciale aandacht hierbij is nodig voor twijfelaars die ertoe neigen om een economisch profiel te kiezen. Vanuit het perspectief van kansrijk opleiden liggen andere keuzes meer voor de hand die wellicht ook in beeld zijn. Deze groep hecht ook relatief meer waarde aan later veel geld verdienen, terwijl de kans hierop juist kleiner is bij keuze voor economie (Gelderblom e.a., 2023). Het is belangrijk dat de (twijfelende) leerlingen dit weten.

²³ Het expertisepunt LOB kent bijvoorbeeld een online module LOB en arbeidsmarktinformatie <https://www.expertisepuntlob.nl/scrom/Module3/story.html>.

Terugkoppeling, informatie en gesprek met ouders zijn cruciaal

Ouders zijn de belangrijkste gesprekspartner voor de leerlingen bij hun studiekeuze en daarmee is het juist ook belangrijk dat de school deze groep bereikt. Ouders waarderen en wensen van school vaak het persoonlijke gesprek. Terugkoppeling en informatie rondom het keuzeproces en de LOB-activiteiten van leerlingen faciliteert ouders in hun ondersteunende rol. Belangrijk hierbij is dat ouders goed geïnformeerd worden over de mogelijke consequenties van keuzes voor de kansen op werk. Dit kan bijvoorbeeld via aantrekkelijke vormen van ouder-leerlingavonden²⁴. Behalve in de persoonlijke gesprekken met ouders en bij ouderavonden, speelt de informatievoorziening van ouders via bijvoorbeeld websites als *Kiesmbo*, *Studiekeuze123*, en websites van onderwijsinstellingen een rol. Bij de websites van instellingen is van belang dat arbeidsmarktkansen voldoende belicht worden, zoals ook voorgeschreven in de regelgeving rondom macrodoelmatigheid.

3.5 BELEIDSOPTIES PRIKKELS

Zolang er geen directe prikkels in de financiering zijn, is als tegenwicht scherpe – en effectieve - regelgeving rond macrodoelmatigheid noodzakelijk

Zoals eerder door CPB (2015) betoogd heeft financiering van onderwijsinstellingen die (mede) gebaseerd is op arbeidsmarkresultaten diverse nadelen. Een dergelijke vorm van prikkels ligt dus minder voor de hand. Tegelijkertijd betekent het ontbreken hiervan dat er geen directe prikkels zijn voor onderwijsinstellingen om hierop te sturen en wordt vooral gestuurd op studentenaantallen en diplomering. Het beleid van onderwijsinstellingen rondom sociale media in dit onderzoek was een illustratie dat aansluiting op de arbeidsmarkt weinig leidend is in de benadering en werving van studenten. De wet- en regelgeving rond macrodoelmatigheid is bedoeld om hier weer een balans in aan te brengen. Eerdere studies lieten zien dat dit maar ten dele zo uitwerkt (Van Casteren e.a. 2019; Gelderblom e.a., 2016). Daarom is het belangrijk dat elementen vanuit deze regelgeving voldoende gewicht krijgen, zoals het belang van en aandacht voor arbeidsmarktinformatie rondom keuzeprocessen van leerlingen die instromen in de opleidingen, maar ook voor de rol van CMMBO en CDHO rondom het opleidingsaanbod van instellingen. De Commissie Asscher (SBB, 2022) pleit vooral via de invulling van macrodoelmatigheid door een sterkere samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven, ook op regionaal niveau.

Wanneer ook na aanpassingen van de regelgeving de macrodoelmatigheidsdoelstelling onvoldoende effectief blijkt, kunnen alsnog vormen van prikkels overwogen worden. Een van dergelijke prikkels zou kunnen zijn om niet zozeer individuele instellingen te belonen op hun prestaties op het gebied van de aansluiting op de arbeidsmarkt van hun (ex-)studenten, maar dit meer op geaggregeerd niveau te doen, door over de volle breedte de financiering van studenten te verhogen van bepaalde opleidingen waarbij zich grote tekorten voordoen en structureel verwacht worden. Hiermee wordt in ieder geval een aantal ongewenste gedragseffecten die optreden bij prikkels op instellingsniveau, zoals selectie aan de poort, voorkomen. Omdat dit om een structurele verandering zou gaan in de financieringssystematiek, is het voorstel om dit alleen te doen voor een (zeer) beperkt aantal opleidingen, en daarvan de effecten – inclusief eventuele neveneffecten – goed te monitoren.

Als een soort uiterste middel geldt dat een numerus fixus een effectief instrument is om de instroom in weinig kansrijke opleidingen te beperken. De toepassing hiervan kent echter wel diverse nadelen (zie hoofdstuk 4).

Toepassing van collegegelddifferentiatie ligt minder voor de hand, maar als dit wordt toegepast is bekendheid een cruciale randvoorwaarde

Internationaal zijn geslaagde ervaringen opgedaan met collegegelddifferentiatie, maar een eerdere toepassing in Nederland voor Pabo-studenten was niet succesvol (Das, e.a., 2021; de Boer e.a., 2024). Hierbij

²⁴ Het expertisepunt LOB heeft een aantal formats voor de opzet van een ouder-leerlingavond waarbij aandacht wordt besteed aan kansrijke beroepen: <https://www.expertisepuntlob.nl/tools/opdrachtenbank/ouder>.

speelde in ieder geval een rol dat de bekendheid van de maatregel laag was. Bij degenen die er wel bekend mee waren, speelde het lagere collegegeld maar een beperkte rol.

Toepassing van collegegelddifferentiatie ligt dus niet direct voor de hand. Maar indien dit wordt toegepast²⁵, is cruciaal om vooraf veel te investeren in bekendheid, bijvoorbeeld door dit ook aan docenten in het voortgezet onderwijs bekend te maken en mee te nemen in filmpjes over de betreffende opleidingen die benut worden in het kader van LOB. Het zou dan om een kleinschalig experiment moeten gaan, zodat effecten kunnen worden vastgesteld en getoetst, voordat tot bredere benutting van een dergelijk instrument wordt besloten. Hiermee komen we op het laatste punt.

3.6 PILOTS EN ONDERZOEK

Werk met kleinschalige experimenten die robuust worden getest

Hierboven zijn verschillende mogelijkheden besproken voor aanpassingen in bijvoorbeeld financiële prikkels, de structuur van het onderwijs en informatievoorziening. Wanneer gekozen wordt voor een andere opzet, zijn pilots nodig om te toetsen of keuzes richting kansrijke opleidingen hiermee daadwerkelijk beïnvloed kunnen worden. En deze moeten via onderzoek op een manier geëvalueerd worden die met voldoende zekerheid kan uitwijzen of de nieuwe opzet ook echt effectiever is. Omdat bij veel typen beleidsopties nog weinig robuuste conclusies over effectiviteit beschikbaar zijn, ligt het voor de hand om kleinschalige experimenten uit te voeren, zodat nadelige effecten van minder geslaagde uitvoeringen minder zwaar doorwegen en makkelijker kunnen worden teruggedraaid.

Ook bij kleine effecten dienen beleidsopties niet te snel worden stopgezet

Tenslotte dient te worden opgemerkt dat ook bij kleine effecten in het keuzegedrag richting kansrijk opleiden, niet te snel de conclusie wordt getrokken dat deze niet zinvol zijn. Eerder onderzoek heeft laten zien dat kleine verschuivingen in keuzepatronen richting techniek en zorg op het mbo, maatschappelijk wel aanzienlijke baten opleveren (De Koning en van der Toorn, 2021). Als voor kleine verschuivingen dus behoorlijke kosten gemaakt moeten worden, is zeer wel denkbaar dat dit maatschappelijk gezien nog altijd om rendabele investeringen gaat. Daarom blijven experimenten om verschuivingen in keuzepatronen aan te brengen van belang, ook al zijn de (verwachte) effecten niet heel groot.

3.7 SYSTEMATISCH OVERZICHT MOGELIJKE BELEIDSOPTIES EN RELEVANTE ACTOREN

In de onderstaande tabel zijn alle hierboven behandelde beleidsopties nog een keer kort bij elkaar gezet. Tevens is aangegeven welke partijen mogelijk een rol kunnen spelen als beleidsopties worden opgepakt. De breedte van beleidsopties correspondeert met het feit dat het keuzeproces een iteratief, complex proces, zoals in hoofdstuk 2 naar voren kwam. Om deze – brede – opties te bewandelen zijn ook veel actoren betrokken, zoals uit tabel 3.1 naar voren komt.

²⁵ De Commissie Asscher (SBB, 2022) vraagt aandacht voor de mogelijkheid van een lager collegegeld voor “vraagberoepen”.

Tabel 3.1 Samenvattend overzicht van mogelijke beleidsopties en partijen waarvoor dit relevant kan zijn

Beleidsopties	Mogelijke actor(en) waarvoor dit relevant kan zijn
Beleidsopties gerelateerd aan gebruik (sociale) media	
Niet massaal inzetten op sociale media als ‘geheim wapen’ voor kansrijk kiezen. Maar benut (sociale) media met name in een context waarin loopbaankeuzes toch al aan de orde zijn	Individuele onderwijsinstellingen, SBB, Landelijk Centrum Studiekeuze (Lcsk.nl), Expertisepunt LOB ²⁶ , bedrijfsleven (kraptesectoren), aanbieders LOB-methodes
Zorg voor voldoende beschikbaarheid van aantrekkelijke video’s van kansrijke opleidingen, waarin het arbeidsmarktperspectief ook aandacht krijgt	SBB, Landelijk Centrum Studiekeuze (Lcsk.nl), Expertisepunt LOB, BiOND, bedrijfsleven (kraptesectoren), aanbieders LOB-methodes
Maak een handleiding en praktische voorbeelden hoe arbeidsmarktinformatie op een geschikte manier verwerkt kan worden in (sociale) media	SBB, Lcsk.nl, Expertisepunt LOB
Gebruik ook ouders als doelgroep om kansrijk kiezen en kraptesectoren onder de aandacht te brengen, bijvoorbeeld via filmpjes die op deze doelgroep zijn afgestemd	SBB, Lcsk.nl, Expertisepunt LOB, BiOND, bedrijfsleven (kraptesectoren), aanbieders LOB-methodes
Besteed veel aandacht aan de vormgeving van arbeidsmarktinformatie: betrouwbaar, authentiek, speels, eventueel in spelvorm, en een beroepsbeeld met aandacht voor arbeidsomstandigheden. Probeer verkeerde beelden om te zetten naar meer reële beelden.	SBB, Lcsk.nl, expertisepunt LOB, Aanbieders LOB-methodes, UWV, bedrijfsleven (kraptesectoren)
Beleidsopties rondom stromen onderwijssysteem	
Het is belangrijk dat ouders van leerlingen in het basisonderwijs die een keuze moeten maken voor een vmbo-school, goed worden geïnformeerd welke profielen in de bovenbouw op de eventueel te kiezen scholen worden aangeboden	Po-scholen, vmbo-scholen, gemeenten, regionale samenwerkingsverbanden po en vo
Voorkom dat leerlingen op hun (vmbo-)school überhaupt niet voor een technisch profiel kunnen kiezen	OCW, Individuele vmbo-instellingen, platform vmbo, Sterk Techniek Onderwijs (STO)
Voorkom dat leerlingen niet meer naar techniek in een vervolgopleiding kunnen doorstromen als ze (te) jong op een verkeerd pad hiervoor zitten	OCW, individuele mbo-instellingen, MBO-Raad
Vergemakkelijk nog verder de doorstroom binnen het mbo naar hogere niveaus, in het bijzonder voor zorg	OCW, individuele mbo-instellingen, MBO-Raad
Besteed extra aandacht aan krapte-sectoren bij (her)oriëntatie in het mbo	OCW, mbo-instellingen, MBO-Raad
Zorg dat de stapelroutes richting hoger onderwijs goed bewandelbaar blijven, maar voorkom ook in een eerder stadium de noodzaak voor stapelen	OCW, individuele vo-, mbo-en ho-instellingen
Besteed in adviesaanvragen over structuuraanpassingen in het onderwijs meer aandacht aan de consequenties van adviezen voor differentiaties in opleidingsrichtingen, zoals profielkeuzes	OCW, Onderwijsraad, SER
Beleidsopties rondom LOB-beleid in het vo	
Het is belangrijk dat binnen loopbaangesprekken in het vo het element van kansrijke opleidingen (voldoende) aandacht krijgt	Vo-scholen, Expertisepunt LOB, BiOND (decanen en begeleiders)
Betrek ook ouders in de keuze en de informatievoorziening omtrent de mogelijke consequenties van keuzes voor kansen op werk	Vo-scholen, Expertisepunt LOB, regionale en landelijke initiatieven om keuzes voor krapte-sectoren zoals techniek te stimuleren
Financiële prikkels	
Zolang er geen directe prikkels in de financiering van onderwijsinstellingen zijn die corresponderen met de aansluiting op de arbeidsmarkt van opleidingen, is als tegenwicht scherpe – en effectieve – regelgeving rond macrodoelmatigheid noodzakelijk.	OCW, CMMBO, CDHO, (nauwe betrokkenheid) van (regionale) bedrijfsleven bij onderwijs
Pilots en onderzoek	
Werk met kleinschalige experimenten die robuust worden getest. Bij gebleken succes kunnen deze worden opgeschaald.	OCW (in samenwerking met veldpartijen)
Beleidsopties met vrij kleine effecten dienen niet te snel te worden stopgezet	Betrokken beleidsinstanties

²⁶ In de tabel komt diverse keren het Expertisepunt LOB als actor voor. Het Expertisepunt is echter wel een tijdelijk stimuleringsproject dat zal worden afgebouwd.

4 NEVENEFFECTEN BELEID KANSRIJK KIEZEN

Een risico is dat leerlingen die te sterk gestuurd worden richting opleidingen met een goed arbeidsmarktperspectief, zonder dat ze hiervoor een sterke intrinsieke motivatie hebben, of tekortschieten in aanleg hiervoor, alsnog uitvallen of switchen naar een andere opleiding. Empirisch zijn hier overigens weinig aanwijzingen voor dat dit soort mechanismen reeds optreden.

Wanneer financiële prikkels zouden worden ingevoerd, waarbij instellingen zouden worden beloond voor goede arbeidsmarktresultaten, zou dit kunnen leiden tot meer gerichte werving van 'goede' leerlingen, omdat de kans op arbeidsmarktsucces dan groter is. Andere doelstellingen van het mbo, zoals het voorkomen van voortijdige schooluitval, kunnen meer op de achtergrond raken. Bovendien betekent een koppeling van financiële prikkels aan arbeidsmarktresultaten dat daarvoor een keuze gemaakt moet worden voor een bepaalde arbeidsmarktindicator, waarvoor verschillende mogelijkheden bestaan, die ieder ook weer beperkingen hebben.

Bij een meer centrale sturing van het aanbod (bijvoorbeeld via een numerus fixus, of via regelgeving in het kader van de macrodoelmatigheidsdoelstelling), is het lastig om robuuste criteria hiervoor toe te passen. Denkbaar is dat bepaalde opleidingen die het wellicht minder goed doen op de arbeidsmarkt, wel een tussenstation kunnen zijn voor studenten om een hoger niveau te bereiken, wat wel betere perspectieven biedt. Ook kunnen bepaalde opleidingen slechts tijdelijk slechtere perspectieven bieden, bijvoorbeeld door de conjunctuur.

Al met al zijn er vooralsnog weinig aanwijzingen dat er zich reeds op dit moment duidelijk negatieve neveneffecten voordoen door de aandacht voor kansrijk kiezen in het huidige beleid. Dat er weinig robuuste effectmetingen zijn en deze bovendien in buitenlandse context hebben plaatsgevonden, geeft onzekerheid over de verwachte effecten en mogelijke neveneffecten van nieuw beleid. Dit onderstreept nog eens het belang van kleinschalige experimenten met goede effectmeting die bij gebleken succes opgeschaald kunnen worden.

4.1 INLEIDING

In het voorgaande hebben we het belang benadrukt van beïnvloeding van keuzeprocessen om daarmee de aansluiting tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt te versterken. Hierdoor kan beter ingespeeld worden op allerlei maatschappelijke uitdagingen, zoals de toenemende zorgvraag en de vereiste energietransitie. De inzet van beleidsinstrumenten voor dit doel kan echter ook allerlei neveneffecten met zich meebrengen, die deels ook ongewenst kunnen zijn en daarmee leiden tot een zekere terughoudendheid voor de inzet van dergelijke instrumenten. Hieronder besteden we aandacht hieraan.

4.2 STURING LEERLINGEN RICHTING KANSRIJK KIEZEN: GROTERE UITVAL EN SWITCH IN HET ONDERWIJS?

Uitval en switch als interesse en capaciteiten te veel op de achtergrond raken

De meest voor de hand liggende factor waaraan in dit kader kan worden gedacht is een hogere uitval en switch in het onderwijs. Uit diverse onderzoeken komt naar voren dat arbeidsmarktkansen wel degelijk een belangrijke rol spelen in de motivatie van leerlingen voor keuzes, maar dat aansluiting op interesses en capaciteiten een nog grotere rol speelt²⁷. Wanneer in de informatie en prikkels rondom het keuzeproces de

²⁷ Zie bijvoorbeeld: Van den Broek e.a. (2023), Van den Berg e.a. (2020) en Fouarge e.a. (2017).

arbeidsmarktkansen dominant worden, dan bestaat het risico dat men minder aandacht besteedt aan de aansluiting op interesses en capaciteiten en men in een later stadium alsnog spijt krijgt van de keuze omdat men de vervolgopleiding domweg minder leuk vindt (interesse), of de studie te lastig blijkt (capaciteiten).

Dit punt komt dan ook in veel beleidsstukken rondom dit thema terug.

- "Een risico is dat leerlingen via LOB te sterk gestuurd worden richting opleidingen met een goed arbeidsmarktperspectief, zonder dat zij hiervoor een sterke intrinsieke motivatie hebben. Daarmee neemt de kans op uitval en switch toe." IBO (2023)²⁸
- "Een zwaardere weging van arbeidsmarktperspectieven in het keuzeprocess kan tekorten op de arbeidsmarkt verkleinen en in economische en maatschappelijke zin wenselijk zijn. Een kanttekening hierbij is dat een studie wel dient aan te sluiten bij de vaardigheden en interesses van de student." (Non e.a., 2024).

Vooralsnog weinig empirische onderbouwing dat dit neveneffect zich daadwerkelijk voordoet

Opgemerkt dient te worden dat dit punt weinig empirisch getoetst is. In Gelderblom e.a. (2023) is getoetst of de aard van het LOB-beleid op een vmbo-school doorwerkt in hogere of lagere uitval in het eerste jaar van het mbo. De invloed van LOB-beleid bleek beperkt. Voor zover het LOB-beleid erop gericht was om techniek meer onder de aandacht te brengen, bleek de uitval juist wat lager. Dit is dus geen ondersteuning van het hierboven genoemde mogelijke negatieve neveneffect van arbeidsmarktgerichte interventies.

Een andere kanttekening vanuit dit onderzoek is dat uitval en switch in het eerste jaar het meeste voorkomt bij economische richtingen, met relatief minder gunstige arbeidsmarktperspectieven. Hiermee is niet gezegd dat deze uitval automatisch lager zou zijn als het arbeidsmarktperspectief bij hen meer onder de aandacht zou zijn gebracht. Maar het lijkt erop dat deze groep – waarbij ook voorafgaande aan de keuze vaak meer twijfel speelt – op zijn minst meer begeleiding verdient.

Een andere opmerking in het verlengde hiervan is dat een keuze weliswaar kan aansluiten op de interesse, maar dat de student alsnog spijt krijgt als blijkt dat dit minder kansen biedt op de arbeidsmarkt. Uit eerder onderzoek onder mbo-afgestudeerden blijkt dat een derde van de mbo-gediplomeerden na afloop van hun mbo-opleiding spijt heeft van de keuze die zij hebben gemaakt²⁹. Bij degenen die werkloos zijn, is dit nog aanzienlijk hoger³⁰. Ook dit pleit ervoor om naast interesse zeker ook aandacht te besteden aan arbeidsmarktperspectieven.

Een betere aansluiting tussen opleidingskeuze en arbeidsmarkt is zowel vanuit het perspectief van leerlingen als vanuit het perspectief van macrodoelmatigheid van belang. Het betekent niet dat iedere leerling een opleiding met de meeste kansen op werk moet kiezen. Waar het vooral om gaat is dat van de grote groep twijfelaars een groter deel dan nu op het spoor van kansrijkere opleidingen wordt gezet. Aansluiting bij interesses en talenten kan hierbij voor een groot deel behouden blijven, maar zou niet verabsoluteerd moeten worden. Interesses zijn bovendien niet een geheel vaststaand gegeven. Informatie en exploratie waarbij kansrijke keuzes over het voetlicht worden gebracht, kunnen ook de interesses beïnvloeden³¹.

²⁸ IBO (2023). Interdepartementaal beleidsonderzoek Toekomstbestendig middelbaar beroepsonderwijs (mbo). Samen gericht opleiden voor wendbare vakmensen.

²⁹ https://roa.nl/sites/roa/files/roa_f_2021_4_factsheet_sis_2020.pdf

³⁰ <https://canonberoepsonderwijs.nl/onderwijsstelsel-wetgeving-en-beleid/zorgen-voor-werkzame-opleidingen/>

³¹ Onderzoek laat zien dat interesses vooral op jongere leeftijd (bijvoorbeeld tussen 11 en 14 jaar) nog minder stabiel zijn en naarmate men ouder wordt, wel steeds stabiel worden (zie bijvoorbeeld Gröfer, 2021). Deze interesses zijn met name gebaseerd op beelden die leerlingen hebben over opleidingen en daaraan gekoppelde beroepen. Deze beelden komen niet altijd overeen met de werkelijkheid. Deze beelden zijn te beïnvloeden, al is dit uitdagend omdat deze al jong ontstaan en sterk gestuurd worden door hun sociale omgeving (zie ook Dialogic, Oberon en SEO, 2024). Dit pleit er voor om in een vroeg stadium, reeds op het po, aandacht te besteden aan beroepsgericht onderwijs en tekortsectoren daarin.

Ook in het kader van uitval en switch is reële en authentieke informatievoorziening van belang

Tenslotte is bij het voorkomen van uitval en switch van belang dat communicatie die zich richt op het bevorderen van kansrijk keuzegedrag – bijvoorbeeld via sociale media – een reëel beeld schetst van de opleidingen en de beroepen die hierop aansluiten. Als men met een verkeerd beeld instapt, is de kans alsnog groter dat men uitvalt. Dit spoort ook met de nadruk die in de focusgroepen en werktafels wordt gelegd op authenticiteit. Oud-studenten en beroepsbeoefenaars dienen in het verlengde hiervan een belangrijke rol te spelen in de communicatie, inclusief sociale media.

4.3 NEVENEFFECTEN PRIKKELS VOOR ONDERWIJSINSTELLINGEN

Aansluiting op de arbeidsmarkt afdwingen via de financiering kan leiden tot selectieve instroom en ondersneeuwen andere doelstellingen onderwijs

Eerder constateerden wij dat onderwijsinstellingen weinig directe prikkels hebben om hun onderwijsaanbod af te stemmen op de arbeidsmarkt. Deze aansluiting komt niet direct terug in hun financiering. Deze is met name gebaseerd op diplomering en het voorkomen van (tussentijdse) uitval.

Denkbaar is dat indicatoren voor een dergelijke aansluiting op de arbeidsmarkt wel verdisconteerd zouden worden in de financiering. Eimers e.a. (2012) geven aan dat een dergelijk soort van 'outcome'-financiering is toegepast in Finland. Mbo-onderwijs wordt in Finland bekostigd op basis van de arbeidsmarktprestaties van de gediplomeerden, hetgeen opleiders een incentive geeft om opleidingen aan te bieden die arbeidsmarktgericht zijn, maar daarnaast de toegankelijkheid van het mbo vermindert doordat er strengere toelatingscriteria worden gehanteerd.

In CPB (2015) worden de nadelen onderkend dat directe prikkels voor de afstemming van het onderwijsaanbod op de arbeidsmarkt in Nederland ontbreken. Tegelijkertijd constateren zij een aantal nadelen als dergelijke prikkels ingebouwd zouden worden in de financiering:

- Het is lastig om een geschikte indicator(en) te vinden voor arbeidsmarktsucces. Iedere indicator heeft weer beperkingen. Zo verschilt het voor zorgopleidingen wat de ondergrens is van het aantal uren dat men werkt, om deze baan mee te tellen bij de werkenden.
- De instellingen hebben via de opleidingen maar deels invloed op de arbeidsmarktitkomsten. Denk bijvoorbeeld aan (onvoorziene) veranderingen in de regionale werkgelegenheid. De invloed op bijvoorbeeld voortijdige schooluitval – die nu wel wordt meegenomen in de financiering – is directer.
- Onderwijsinstellingen zouden een grotere prikkel hebben om zich te richten op de werving van 'betere' leerlingen, omdat de kans op arbeidsmarktsucces dan hoger is. Dit argument sluit dus aan op de hierboven genoemde situatie in Finland.
- Conflicten met en verdringing van andere doelstellingen. Zeker wanneer de instelling zich zou gaan richten op de 'betere' leerlingen, of minder inspanningen zou gaan doen voor de werving van 'mindere' studenten, zou dit weer ten koste gaan van de aandacht voor de doelstelling van het voorkomen van voortijdige schooluitval en het bieden van kansen aan zoveel mogelijk leerlingen op een kwalificatie.

Als geen directe prikkels bestaan, dient op andere wijze – zoals regelgeving rond macrodoelmatigheid – het belang van de aansluiting op de arbeidsmarkt ingebracht te worden

Als mede vanwege dergelijke nadelen er geen directe prikkels bestaan in de financiering, die corresponderen met de aansluiting op de arbeidsmarkt, kan andere regelgeving erop gericht zijn dat dit punt toch voldoende tot zijn recht komt bij het beleid van onderwijsinstellingen. In Nederland is dit het zogenaamde macrodoelmatigheidsbeleid. Zo is in 2015 de Wet en de Beleidsregel macrodoelmatigheid mbo ingevoerd. De wet draagt mbo-instellingen op om een arbeidsmarktrelevant en doelmatig opleidingsaanbod te organiseren. Zelfregulering is daarbij het uitgangspunt. Zo kennen de instellingen een zorgplicht om de studenten te informeren over arbeidsmarktperspectieven. Tevens adviseert respectievelijk het CMMBO (mbo) en CDHO (hoger onderwijs) het Ministerie van OCW op het terrein van macrodoelmatigheid. Zij adviseren onder meer bij: aanvragen voor nieuwe opleidingen; nieuwe vestigingsplaatsen; verplaatsing van bestaande opleidingen; en fusietoetsen.

Nadelen van focus op arbeidsmarktperspectief binnen macrodoelmatigheidsregelgeving

Binnen deze kaders hebben instellingen een grote mate van vrijheid. Een kader van deze zelfregulering van het aanbod door opleiders is volgens van Casteren e.a. (2019) een criterium dat 70 procent van de studenten die een opleiding succesvol hebben afgerond binnen 12 maanden een baan moet hebben van minstens 12 uur per week. De helft daarvan moet ook daadwerkelijk een baan hebben in het verlengde van de opleiding. Van Casteren e.a. (2019) vinden in een aantal interviews met betrokkenen nadelen van deze focus op het arbeidsmarktperspectief:

- De mate waarin een mbo-opleiding daadwerkelijk het 'eindstation' is voor een student voordat deze begint aan zijn of haar loopbaan verschilt sterk per niveau. Dat geldt zeker voor kansarme jongeren, die vaak opleidingen stapelen. De mate waarin arbeidsmarktperspectief een rol speelt in de regulering van aanbod zou dus per niveau moeten verschillen. Visser e.a. (2021) laten ook zien dat de mate waarin opleidingen aan dit criterium voldoen sterk verschilt per niveau en toeneemt naarmate het opleidingsniveau stijgt. Visser e.a. (2021) voegen hieraan toe dat ook doorstroom meegenomen kan worden in dit criterium.
- Het arbeidsmarktperspectief van een opleiding is sterk afhankelijk van de conjunctuur. De kans op werk op de lange termijn zou een beter criterium zijn.
- Over het algemeen kan gesteld worden dat 12 uur per week werken niet voldoende is om economisch zelfstandig te zijn.

Komt macrodoelmatigheid binnen huidige regelgeving voldoende tot zijn recht?

Deze beperkingen die men bij de criteria ziet, lopen deels parallel met een breder gevoelde terughoudendheid op dit terrein vanuit onderwijsinstellingen bij een onderzoek in het mbo. Mbo-instellingen zijn terughoudend als het gaat om opleidingen te beëindigen of om quota in te stellen voor opleidingen met een beperkt of slecht arbeidsmarktperspectief. De visie is dat een diploma sowieso meerwaarde heeft voor de leerling. Om dan toch hun arbeidsmarktperspectief te verbeteren voeren mbo-instellingen beleid om opleidingen te verbreden, het curriculum aan te passen en/of de mogelijkheid te benadrukken van doorstroming naar een hoger opleidingsniveau (Gelderblom e.a., 2016).

Op zich gaat het bij deze nuanceringen op het belang van macrodoelmatigheid om valide argumenten. De vraag is echter wel of uiteindelijk het arbeidsmarktperspectief daarmee voldoende gewicht krijgt. Volgens de evaluatie van van Casteren e.a. (2019) was de impact van de Wet nog maar beperkt zichtbaar.

4.4 NEVENEFFECTEN NUMERUS FIXUS

Praktische nadelen numerus fixus: moeilijk inschatten waar op middellange termijn overschotten optreden, en creatie varkenscyclus

In het rapport 'Kansrijk opleiden' van het CPB (Bolhaar e.a., 2020) worden drie redenen onderscheiden voor het hanteren van een *numerus fixus* voor bepaalde opleidingen: een tekort aan opleidingsplekken vanwege de kosten van de opleiding, het waarborgen van de kwaliteit van een opleiding en tenslotte de beperkte vraag vanuit de arbeidsmarkt naar een bepaalde opleiding. Ze bespreken geen bestaande studies met effecten van een *numerus fixus* vanuit dit laatste motief. Dialogic, Oberon en SEO (2024) voerden een analyse met microdata uit, waaruit naar voren komt dat na invoering van een *numerus fixus* de instroom daalt tot de toegestane capaciteit.

Beide rapporten behandelen een aantal neveneffecten van deze maatregel. Bolhaar e.a. (2020) vinden causaal bewijs in de literatuur voor hogere lonen na het afronden van een opleiding met een *numerus fixus* door minder concurrentie op de arbeidsmarkt. Verder bespreken ze de praktische nadelen van het gebruik van een *numerus fixus* gebaseerd op het arbeidsmarktperspectief: het is lastig voor de overheid om op de middellange termijn in te schatten wat kansrijke richtingen zijn en daarnaast is er het gevaar dat tekorten en overschotten elkaar afwisselen (een varkenscyclus). In die zin zou een *numerus fixus* dus ook het arbeidsmarktperspectief van een opleiding beïnvloeden.

Hierbij moet wel gezegd worden dat aan de kant van de tekortsectoren geldt dat de tekorten voor techniek al langere tijd gelden. Tevens mag door de vergrijzing verwacht worden dat ook de tekorten in de zorg een

structureel karakter dragen. Het argument dat voorspellingen erg moeilijk te maken zijn, en daarmee beleid weinig zin heeft, gaat voor deze tekortsectoren in ieder geval niet op.

Dialogic, Oberon en SEO (2024) wijzen erop dat een numerus fixus extra nadelig uitpakt voor sommige groepen studenten, zoals eerstegeneratiestudenten, studenten met een migratieachtergrond en studenten met een lagere sociaal-economische status, omdat zij minder snel door de selectie komen. Zelfs bij een systeem van loting kunnen dergelijke effecten optreden (Mulder e.a., 2022). Tevens is maar de vraag of degenen die door een numerus fixus naar een andere opleiding uitwijken, vervolgens een opleiding kiezen die duidelijk betere arbeidsmarktperspectieven heeft. Wat als positief neveneffect wordt genoemd, is dat degenen die wel worden toegelaten vervolgens meer gemotiveerd zijn.

4.5 RISICO'S WEINIG ROBUUSTE EFFECTMETINGEN

Weinig robuuste effectmetingen geeft risico's bij grootschalige invoering

Dat er weinig robuuste effectmetingen van interventies zijn, en deze bovendien vaak in een wat andere (buitenlandse) context hebben plaatsgevonden, geeft onzekerheid of de verwachte positieve effecten zich daadwerkelijk zullen voordoen, als vergelijkbare interventies op grote schaal binnen Nederland zouden worden ingevoerd. In dit licht valt er veel te zeggen om te starten met kleinschalige experimenten, die tegelijkertijd zodanig zijn ingericht, dat een goede effectmeting kan plaatsvinden. Als deze toepassing op kleine schaal dan succesvol blijkt, geeft een uitrol op veel grotere schaal veel minder risico's.

LITERATUURLIJST

- Bakens, J., Cobben, L., Abbink, H., Meijer, R., Dijkman, S., Fouarge, D., & Pestel, N. (2023). De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2028. Maastricht: ROA Reports Nr. 003.
- Bolhaar, J., Visser, D., & Swart, L. (2020). Kansrijk onderwijsbeleid update, Den Haag: CPB.
- Bussink, H., van der Ven, K. & Klinker, I. (2023). Studie en werk HO. De arbeidsmarktpositie van hbo- en wo-alumni, Amsterdam: SEO.
- Cobben, L., & Huijgen, T. (2024). Schoolverlaters tussen onderwijs en arbeidsmarkt 2023. Maastricht: ROA Fact Sheets Nr. 010.
- Constantinides, E., & Zinck Stagno, M.C. (2011). Potential of the Social Media as Instruments of Higher Education Marketing: A Segmentation Study, *Journal of Marketing for Higher Education*, 21(1), 7-24.
- CPB (2015). Prikkels mbo aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt, Den Haag: CPB.
- CPB (2022). Stapelen in het voortgezet onderwijs, Den Haag: CPB.
- Das, L., Wartenbergh, F., Bendig, J., Reijngoud, W. & Sapulete, S. (2021). Evaluatie Wet verlaagd wettelijk collegegeld, Berenschot.
- Declercq, K., Ghysels, J., & Varga, J. (2018). Gender differences in applying for STEM programs in higher education: evidence from a policy shift in Hungary (No. BWP-2018/6), *Budapest Working Papers on the Labour Market*.
- Dekker, F., Bos, D., Prince, Y., Gelderblom, A & van der Toorn, A.J. (2024). Sociale media: de inzet door mbo- en hbo-instellingen en (mogelijk) gebruik door studenten bij hun studiekeuze. Rotterdam: SEOR.
- Den Hartog, M., Prince, Y. & Gelderblom, A. (2021). Inclusiviteit van tien mbo- en hbo-campussen in de MRDH-regio. Inventarisatie en mogelijke kansen voor verhoging, Rotterdam: SEOR.
- De Koning, B., Dur, R. & Fouarge, D. (2022). Correcting Beliefs about Job Opportunities and Wages: A Field Experiment on Education Choices, Paper.
- De Koning, J. & van der Toorn, A.J. (2021). Bij welk effect geeft loopbaanoriëntatie voldoende arbeidsmarktbaten om rendabel te zijn? Rotterdam: SEOR Working Paper No. 2021/1.
- De Vleeschouwer, E., Wiemers, S., & Zandvliet, K., (2020). Kiezen voor technisch vmbo: de rol van ouders en hun beeld van techniek, Rotterdam: SEOR.
- De Winter-Koçak, S., Klooster, E., Reches, L., & Badou, M. (2021). *Hoogopgeleiden met een migratieachtergrond over een gestapelde onderwijsroute en het belang van steun*. Kennisplatform Integratie & Samenleving.
- Dialogic, Oberon & SEO (2024). Studiekeuze in beweging. Onderzoek naar maatregelen die sterker sturen richting opleidingen met een duurzaam arbeidsmarktperspectief in tekortsectoren.
- Eimers, T., den Boer, P., Vink, R., Kat-de Jong, M., Vermeulen, M., Busse, G. & Frommberger, D. (2012). Macrodoelmatigheid van het opleidingsaanbod in het mbo, Nijmegen: Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt.
- Fishbein, A. (2022). The Influence of Institutional Social Media and College Students' Choice, Master's thesis. Eastern Illinois University.
- Fouarge, D., Künn, A., & Mommers, A. (2016). Studiekeuze en arbeidsmarkt: literatuurstudie, Maastricht: ROA.
- Fouarge, D., Künn, A., & Punt, D. (2017). De rol van arbeidsmarktinformatie in de opleidingskeuze van mbo'ers, ROA Reports Nr. 009, Maastricht: ROA.

- Gelderblom, A., Bos, D., Prince, Y. & van der Toorn, A.J. (2024). Keuzeprocessen door leerlingen in het voortgezet onderwijs. Rotterdam: SEOR.
- Gelderblom, A., Bos, D., Diender, A., den Hartog, M., de Koning, J., van der Toorn, A. J., & de Vleeschouwer, E. (2023). LOB en kansrijke studiekeuzes in het vmbo, Rotterdam: SEOR.
- Gelderblom, A, Gravesteijn J, de Vleeschouwer, E. & Stegehuis, B. (2016). MBO-instellingen en de arbeidsmarktrelevantie van het opleidingsaanbod op niveau 2, Rotterdam: SEOR.
- Gfrörer, T. (2021), Vocational interest development in adolescence – Integrating Insights about Normative change, stability and influencing factors. Proefschrift. Tübingen.
- Hummel, H. G., Boyle, E. A., Einarsdóttir, S., Pétursdóttir, A., & Graur, A. (2018). Game-based career learning support for youth: effects of playing the Youth@ Work game on career adaptability, Interactive Learning Environments, 26(6), 745-759.
- IBO (2023). Samen gericht opleiden voor wendbare vakmensen. Interdepartementaal beleidsonderzoek Toekomstbestendig middelbaar beroepsonderwijs (mbo).
- Inspectie van het Onderwijs (2019). De Staat van het Onderwijs 2019, Utrecht: Inspectie van het Onderwijs.
- Jonker, S. (2018). Scholieren willen zich ook via social media oriënteren op studies. Notitie.
- Meng, C. M., Verhagen, A. M. C., Korthals, R. A., & Huijgen, T. G. (2014). Evaluatie van het School-Ex 2.0 programma. De rol van studiekeuze- en exitgesprekken in het MBO. ROA Reports Nr. 002, Maastricht: ROA.
- Mulder, L, Wouters, A., Twisk, J., Koster, A., Akwiwu, E., Ravesloot, J., Croiset, G. & Kusurkar, R. (2022). Selection for health professions education leads to increased inequality of opportunity and decreased student diversity in The Netherlands, but lottery is no solution: A retrospective multi-cohort study. Med Teach, 44(7), 790-799.
- Muskens, M., Voncken, E., van Casteren, W., Bakens, J., Baumann, S., van Guilik, N., Hendriks, S., Prevoo, T., van der Ven, K., Pritisch, D., van den Berg, E., Doets, T. & Prins, H. (2024), Monitor- en evaluatieonderzoek Sterk Techniek Onderwijs (STO).
- Muskens, M., van Casteren, W., de Graaf, D., van den Berg, E., Doeve, T., Meng, C., Goedhart, R., & Voncken, E. (2021), Eerste fase STO: Monitoregegevens en voortgang in het eerste jaar.
- Newcom Research & Consultancy. (2025). Nationale Social Media Onderzoek 2025.
- Non, M., Tranakieva, K. & Magnée, C. (2024). De relatie tussen de arbeidsmarkt en studie-inschrijvingen. Den Haag: CPB.
- Onderwijsraad (2021). Later selecteren, beter differentiëren.
- SBB (2022). Advies Kansrijk opleiden. Taskforce doelmatigheid onder voorzitterschap van Lodewijk Asscher.
- SER (2021). Gelijke kansen in het onderwijs. Structureel investeren in kansengelijkheid voor iedereen. SER-advies 21/09.
- TeamAlert (2021). Factsheet: Jongeren en social media.
- Van Casteren, W., Nieuwenhuis, L., de Vijlder, F., Cuppen, J. & Peters, M. (2019). Evaluatie van de Wet en Beleidsregel macrodoelmatigheid mbo, Nijmegen: ResearchNed.
- Van den Berg, E., Bisschop, P., Ter Weel, B., & Zwetsloot, J. (2020). Verschillen in arbeidsparticipatie van mbo'ers circa een jaar na afstuderen, SEO-rapport 2020-73, Amsterdam: SEO.
- Van den Broek, A., Termorshuizen, T., & Cuppen, J. (2023). Monitor beleidsmaatregelen hoger onderwijs 2022-2023. Nijmegen: ResearchNed.
- Van den Broek, A., Cuppen, J., Ramakers, C., Termorshuizen, T. & Vroegh, T. (2020). Dalende doorstroom mbo-hbo: waarom stroomt een steeds kleiner aandeel van de mbo-studenten door naar het hbo? Nijmegen: Researchned.

- Van den Ende, I., de Klaver, P., Bartsch, M. & Driessen, T. (2019). Onderzoek Levenlanglerenkrediet, Zoetermeer: Panteia.
- Van Helvoirt, D. Jenniskens, T., Smeets, E., & Muskens, M., (2022). Evaluatie van KiesMBO, Nijmegen: KBA.
- Visser, D., Lemmens, A. & Kuijpers, S. (2021). Indicatoren arbeidsmarktperspectief mbo, Den Haag: CPB.
- Vrontis, D., Thrassou, A., & Melanthiou, Y. (2007), A contemporary higher education student-choice model for developed countries, *Journal of Business Research*, 60(9), 979-989.

I DEELNEMENDE ORGANISATIES WERKTAFELS

In het najaar van 2024 zijn twee werktafels georganiseerd met vertegenwoordigers van organisaties in het onderwijs, beleid en uitvoering. Onderstaande organisaties hebben deelgenomen aan deze werktafels:

- Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB)
- WijTechniek
- CAOP
- Commissie Macrodoelmatigheid MBO (CMMBO)
- Expertisepunt LOB
- SVO vakopleiding Food
- Vereniging voor Begeleiders in Onderwijs BiOND
- UWV
- MBO Raad
- LAKS
- JobMBO
- NXtv
- Platform Talent voor de Technologie
- Gemeente Rotterdam
- Vereniging Hogescholen

Dit rapport doet verslag van onderzoek dat is uitgevoerd met steun van het Instituut Gak.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij SEOR BV. Het gebruik van het materiaal in dit rapport is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldiging en/of openbaarmaking in welke vorm dan ook is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van SEOR BV.

Het onderzoek is uitgevoerd door SEOR BV.