

KANSRIJK KIEZEN MET CONTEXT



✍ Claire Whiteside, Minette van den Bemd, Marieke Tjang-Monterie 📷 Canva

Voor veel jongeren voelt studiekeuze als iets persoonlijks. Een kwestie van interesse, gevoel en toekomstverwachting. Maar onderzoek laat zien dat die keuze ontstaat in een netwerk van gesprekken, beelden en informatie. Twee recente onderzoeken maken zichtbaar hoe dat proces werkelijk verloopt.

WAT WEEGT HET ZWAARST?

Uit het onderzoek *Kansrijk kiezen in het mbo* blijkt dat interesse de belangrijkste factor is. Meer dan acht op de tien jongeren geven aan dat ze vooral kiezen op basis van wat ze leuk vinden. Ongeveer zeven op de tien nemen mee wat ze denken aan te kunnen. Arbeidsmarktperspectief speelt mee, maar minder nadrukkelijk.

Dat betekent niet dat arbeidsmarktoverwegingen onbelangrijk zijn. Uit het onderzoek blijkt dat jongeren die bij hun keuze letten op carrièremogelijkheden gemiddeld gunstigere uitkomsten hebben, bijvoorbeeld in loon en werkzekerheid. Het gaat om samenhang, niet om oorzaak en gevolg. Maar het verschil is zichtbaar.

Studiekeuze is dus geen simpele rekensom. Jongeren bewegen tussen wat hen aanspreekt, wat haalbaar voelt en wat verstandig lijkt.

HOE VORMEN JONGEREN HUN BEELD?

In de eerste oriëntatiefase gebruiken jongeren vooral formele informatiebronnen. Open dagen, meeloopdagen en mbo-websites helpen om een eerste beeld te vormen van een opleiding. Maar wanneer het moment van beslissen dichterbij komt, verschuift het zwaartepunt. Gesprekken met ouders en familie blijken uiteindelijk het meest bepalend voor de keuze. Ook docenten, mentoren en decanen spelen een belangrijke rol. Studiekeuze is daarmee geen individueel project, maar een proces waarin gesprekken centraal staan. ➤



Studiekeuze is een samenspel van persoonlijke interesses, competenties, sociale invloeden én informatie over arbeidsmarktkansen





Vooral bij hun favoriete beroepen overschatten jongeren de baankansen en het loon

Daar zit ook een spanningspunt. Ouders zijn een belangrijke bron van informatie en steun, maar hun beroepsbeelden kunnen het perspectief op arbeid (of arbeidsmarkt) onbedoeld beperken. Wanneer de directe omgeving vooral bekend is met een beperkt aantal sectoren of beroepen, kan dat de blik vernauwen.

Opvallend is de relatief kleine rol van sociale media. Hoewel onderwijsinstellingen online steeds zichtbaarder zijn, blijken sociale media nauwelijks doorslaggevend in het uiteindelijke keuzemoment. Jongeren volgen influencers in een bepaald beroep vaak pas nadat ze al gekozen hebben. Zichtbaarheid blijkt dus iets anders dan invloed.

HOE REALISTISCH ZIJN VERWACHTINGEN?

Een grootschalig veldexperiment onder vmbo-leerlingen laat zien dat jongeren hun kansen op de arbeidsmarkt vaak te positief

inschatten. Vooral bij hun favoriete beroepen overschatten zij de baankansen en het loon. Wanneer leerlingen concrete arbeidsmarkt-informatie krijgen, verschuiven hun voorkeuren licht in de richting van opleidingen met betere perspectieven en hogere lonen. De effecten zijn ook hier klein, maar wel in de verwachte richting.

Belangrijk is het moment waarop informatie wordt aangeboden. In leerjaar 3 blijken de effecten het sterkst. In leerjaar 2 en 4 is het effect vrijwel afwezig. Arbeidsmarkt-informatie heeft dus vooral impact wanneer zij aansluit bij een fase waarin jongeren daadwerkelijk openstaan voor heroverweging. Abstracte cijfers maken weinig verschil. Begrijpelijke, concrete informatie wel.

EEN SAMENSPEL VAN FACTOREN

Uit beide onderzoeken komt een consistent beeld naar voren. Studiekeuze ontstaat uit een combinatie van:

- persoonlijke interesses
- ervaren competenties
- sociale invloed
- informatie over arbeidsmarktkansen

Geen van deze factoren werkt op zichzelf. Jongeren maken afwegingen. In experimenten blijkt bijvoorbeeld dat zij soms bereid zijn een minder sterke match met hun interesses te accepteren als daar betere vooruitzichten tegenover staan.





Wat deze onderzoeken vooral laten zien, is dat studiekeuze geen eenmalige beslissing is, maar een proces waarin beelden worden gevormd, bevestigd en soms bijgesteld. Gesprekken spelen daarin een grotere rol dan vaak wordt gedacht. <

Een kansrijke keuze ontstaat niet doordat één factor doorslaggevend is, maar doordat persoonlijke voorkeuren, sociale invloed en realistische informatie elkaar versterken.



Abstracte cijfers maken weinig verschil. Begrijpelijke, concrete informatie wel.

Bronnen

Bakens, J., Eijkenboom, D., Fouarge, D., van Guillik, N., Pestel, N., & Seifert, F. (2025). *Kansrijk kiezen in het MBO: Overwegingen van jongeren bij hun studiekeuze*. Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA).

Promotieonderzoek Bart de Koning onder begeleiding van prof. dr. Didier Fourage van het Research Centre for Education and the Labour Market (ROA, Maastricht University).

Meer weten over de onderzoeken?

Scan de QR-code voor het onderzoek van Didier Fourage



Scan de QR-code voor het onderzoek van Bart de Koning et al

