

# Je moet schieten, anders kun je niet scoren

► Niet iedereen weet al op jonge leeftijd wat-ie later wil worden. Juist daarom is een reëel beeld van groen onderwijs zo belangrijk



FOTO: MAARTEN SCHIERS

Als je wilt scoren, moet je eerst schieten.

Als je wilt dat leerlingen naar jouw school gaan, moet je eerst... ja, wat moet je? Op de groene scholen is er niet iemand als Johan Cruyff, iemand die de (tegeltjes)wijsheid in pacht heeft. Nee, op de aoc's steekt men de koppen bij elkaar en verricht men eerst eens diverse onderzoeken. Een daarvan wordt hier toegelicht.

**J**e bent een jaar of twaalf, gaat naar het vmbo en moet kiezen: zorg, techniek, groen, of toch iets anders. Een belangrijke keuze in een voor veel jongeren lastige levensfase. Net aan het puberen, onzeker, beïnvloedbaar... Hetzelfde geldt als je een jaar of 16 bent en verder wilt leren op het mbo. "Het blijkt dat veel leerlingen kiezen op basis van wat wij oneigenlijke argumenten noemen," zegt Maarten Savelberg van onderzoeksbureau Pineapple Yellow. "Het is immers een algemeen, menselijk gegeven dat gevoel belangrijker is dan ratio bij het maken van

keuzes in het leven. Wanneer je de drempel kunt verlagen, en zorgt dat jongeren beter weten wat ze kiezen, zouden veel leerlingen met veel plezier naar een opleiding toegaan die echt bij hen past.”

En dat is nu net waarom Savelberg het onderzoek dat hij momenteel met onder andere collega Barbara de Lange uitvoert zo leuk vindt. Een kwalitatief onderzoek in opdracht van de AOC Raad onder (potentiële) leerlingen, ouders en decanen en leerkrachten van groep 8. “We krijgen echt het beeld dat, met name op mbo-niveau, veel leerlingen die nu niet op de groene scholen zitten er qua talent en niveau wel thuishoren.”

## Trends

De aoc's willen het groene onderwijs op de onderwijsmarkt zetten als aantrekkelijk en herkenbaar. De colleges van bestuur hebben bedacht dat je beter samen kunt zorgen dat het leerlingenaantal niet nog verder terugloopt dan apart. Anders verzint ieder z'n eigen oplossingen. De bestuurders willen de samenwerking naar een hoger niveau tillen om het voortbestaan van het groene onderwijs te garanderen. Daartoe is begin dit jaar het project GOAL! van start gegaan (zie ook Groen Ondewijs, nr. 19-2003). Het doel – een totaalformule van aantrekkelijk en herkenbaar onderwijs – willen de aoc's bereiken door middel van vijf nauw verbonden deelprojecten, te weten: onderwijsconcept, grenzen van het groene domein, kwaliteit, marketing en sturen en besturen. Het onderzoek van Pineapple Yellow is onderdeel van het deelproject marketing, ofwel: Hoe kunnen we het marktpotentieel beter benutten? Om deze vraag te beantwoorden is grondig onderzoek naar de huidige positie van het aoc-onderwijs, het imago, de omgeving, de trends en de markt van belang. Naar wat de vmbo- en mbo-leerlingen van het groene onderwijs vinden.

## Die boerenschool

Pineapple Yellow voerde voor AOC Terra eerder een onderzoek uit naar imago, keuzegedrag, en de rol van ouders en decanen. De uitkomst was dat het imago van dit aoc slecht was, zowel bij leerlingen van vmbo en mbo

als bij ouders: ‘Wie wil er nu naar die boerenschool?’ Om überhaupt leerlingen te trekken moet hieraan allereerst wat worden gedaan. AOC Terra doet dat inmiddels met onder andere de campagne ‘domme vooroordelen’. De beleving van de verschillende doelgroepen in de noordoostelijke regio is dus al in kaart gebracht. Hetzelfde kwalitatieve onderzoek wordt nu in het hele land uitgevoerd. Hierbij worden overigens ook conclusies van andere relevante onderzoeken op diverse aoc's meegenomen. Pineapple Yellow hanteert vier onderzoeksgebieden. Het eerder onderzochte noordoosten, de regio Randstad (Amsterdam en omstreken), de regio Amersfoort – “Het gemiddelde van Nederland,” zegt Savelberg – en het zuiden (omgeving Den Bosch). Met deze vier gebieden

komen dorp en stad, regio en Randstad en hun verschillen aan bod. Is het slechte beeld van aoc's landelijk een probleem of in bepaalde regio's? Het onderzoek bestaat uit groepsdiscussies en diepte-interviews, waarin het beeld van het groene onderwijs, de belevingswereld van de ondervraagden, het keuzegedrag, leermotivatie en de rol van ouders en decanen aan de orde komen.

## Taalgebruik

Per gebied is er een groepsdiscussie met circa acht jongeren uit het eerste jaar van het vmbo, van wie twee of drie aoc-ers – dus met potentiële leerlingen en aoc-leerlingen. Barbara de Lange: “Elke groep bestaat uit jongens →

## Research, onderzoek en interviews

In het kader van GOAL – gezamenlijk optimum aoc's op landelijk en instellingsniveau – lopen er momenteel verschillende onderzoeken, die zo zijn opgezet dat elk deelproject er iets aan heeft. Ofwel: het heeft allemaal met elkaar te maken. Zo draait het in het artikel beschreven onderzoek niet alleen om imago, maar ook om beleving en de wijze waarop een jongere zijn opleiding kiest. Het gaat niet alleen om de beeldvorming van groen onderwijs, maar ook om het keuzeproces en hoe en wat jongeren willen leren. Een tweede onderzoek wordt gehouden door de Universiteit Twente, onder werkgemers en werknemers in de groene sector, het domein. Het derde externe onderzoek bestaat uit deskresearch door de AOC Raad zelf en de UT. Zij verzamelen en analyseren trends en ontwikkelingen, aan de hand van thema's als natuur, groen, voedsel, omgeving, jongeren en samenleving. Ze doen een concurrentieanalyse van de branche en ze bekijken arbeidsmarktgegevens, enquêtes onder jongeren, onderzoeken gegevens in de branche, onderwijstrends... alles wat relevant kan zijn voor GOAL en de continuïteit van de groene scholen.



[ Gezamenlijk optimum AOC's op landelijk instellingsniveau ]



FOTO: STUDIO ANDRÉ RUIJKROK

▲ **De aoc's willen het groene onderwijs op de onderwijsmarkt zetten als aantrekkelijk en herkenbaar**

óf meisjes, omdat ze op die leeftijd een andere belevingswereld hebben." Dezelfde groepsdiscussies worden gehouden met een stuk of acht eerstejaars van het mbo, van wie ook enkelen van een aoc. De groepsdiscussies met vmbo of mbo-leerlingen verloopt in grote lijnen hetzelfde. "De interviewer past alleen zijn taalgebruik aan," zegt De Lange.

Verder is er op de locaties in de Randstad, Amersfoort en Den Bosch een discussie met een groepje ouders. En dan nog drie maal vier persoonlijke interviews, in elk gebied met twee vmbo-decanen en met twee leerkrachten van groep 8. Dat maakt in totaal vijftien groepsdiscussies en twaalf interviews. "Met het onderzoek in het noordoosten erbij kom je in totaal ruim boven de twintig groepsdiscussies. Dat is fors voor kwalitatief onderzoek," zegt Maarten Savelberg, "de uitkomsten straks zijn zeker representatief."

gen tijdens de discussie zo min mogelijk de associatie met school te hebben, proberen de onderzoekers van Pineapple Yellow een ander sfeertje te creëren en komt er snoep en cola op tafel. "Zodat iedereen zich vrij voelt om te zeggen wat hij wil en wat hij vindt, in zijn eigen woorden."

Tijdens de groepsdiscussies komen alle thema's aan de orde die een rol spelen bij keuze en imago. Wat was je verwachtingspatroon van je nieuwe school? Hoe is het nu op school? Wat vind je de plus- en de minpunten? Wat kun je met je opleiding allemaal? Vind je gezelligheid op school belangrijk? Is bij je keuze belangrijk wat je later wilt worden?

Savelberg: "Je begint breed, over hun leven – Hoe ziet je dag eruit? Wat zijn je hobby's? Het gesprek krijgt vervolgens een eigen dynamiek, waarbij wij zorgen dat bepaalde onderwerpen aan de orde komen." De interviewer houdt bovendien in de gaten of iedereen aan het woord is geweest. "We zijn getraind in non-verbale communicatie. Soms zegt iemand iets en zie je hem iets anders denken. Dan vragen we ernaar."

Ook hebben ze het over welke (v)mbo-opleidingen de leerlingen kennen en waarin die volgens hen verschillen. Qua sfeer, status, inhoud, grootte, doorstroommogelijkheden. De Lange: "In het begin mag je nooit beïnvloeden. Bijvoorbeeld als het over de naamgeving van de scholen gaat. We checken de bekendheid met vmbo, mbo, vmbo groen, aoc, maar nemen die termen zelf niet in de mond. In de groepsdiscussie laten we de leerlingen de naam zelf noemen." Pas later, aan het eind van de discussie, stelt de interviewer checkvragen als 'Ken je de naam aoc? Of de naam groene school?'

## Wordt vervolgd

Naast de onderzoeken onder externe groepen verricht het bureau van de AOC Raad zelf intern onderzoek. In mei staan er bezoeken aan de aoc's op stapel, met gesprekken over strategische beleidsplannen, communicatieplannen, over de sterke en zwakke kanten van de school, over hun 'pareltjes'. Onderwijsconcepten en beleidsplannen van aoc's worden geanalyseerd en er zijn brainstormsessies en interviews met deskundigen in het onderwijs en in het domein. Uiteindelijk zal al dit werk, alle interne en externe uitkomsten, worden gebundeld. En dan weten we waarmee het groene onderwijs zich kan onderscheiden, wat de combinatie van unieke kenmerken is. Wordt vervolgd.

## Snoep en cola

Elke groepsdiscussie met leerlingen duurt twee uur, met één of twee onderzoekers erbij. De één interviewt aan de hand van een checklist en de ander maakt aantekeningen. Met een speciale gesprekstechniek voorkomt de interviewer dat leerlingen elkaar onderling (te veel) beïnvloeden of dat één persoon dominant is. En hij geeft bij de start een paar spelregels. "Soms laat je ze hun antwoord eerst opschrijven en pas daarna ga je erover praten. De leerling kan niet meer verloocheunen wat hij zelf heeft genoteerd," zegt Savelberg. Om te zorgen dat de leerlin-

## Hele dag bloemschikken

Maarten Savelberg vertelt over een groep meisjes dat aan de praat komt over bloemschikken. Zij denken dat dat de hele dag bloemstukjes maken is. "Ik als interviewer vraag dan of ze weten dat een onderdeel van die opleiding de aankleding van een modeshow is. Dan zie ik sommige meisjes denken: hé, dat sluit aan bij wat ik leuk vind!" En zo merkte hij dat hij al tijdens het onderzoek de ogen opende van sommigen door een specifiek element van een opleiding te belichten. Hij meent dat je dit soort kennis als

aoc kunt overhevelen naar een strategie, door een omweg te nemen om de vooroordelen en de zaken die eruit springen naar voren te halen. “Maar die strategische aanpak is voor later. Wij doen alleen onderzoek en aanbevelingen. Binnen de aoc’s hoor je wel eens als reactie: ‘Ja, dat denken ze, maar dat klopt niet!’ Het gaat er ons echter om te registreren wat er leeft. Wij zijn de vertolker van de belevingswereld van de doelgroep.”


## Invloed

Ook de ouders zijn betrokken in het externe belevingsonderzoek, om, zoals Barbara de Lange zegt, “te zorgen dat je een realistisch beeld krijgt. De opleiding is immers de keuze is van leerling én ouders. De ouders

geven toestemming of zijn zelfs leidend.” Per gebied is er een discussie met een groep ouders van vmbo- en mbo-leerlingen. Die gaat eveneens over schoolkeuze, imago en beleving. “Zo wordt in kaart gebracht hoe mensen iets ervaren. En hoe ouders en kind elkaar beïnvloeden.” Met vmbo-decanen en docenten van groep acht – de ‘decanen’ van de basisschool – vinden één op één gesprekken plaats op de werkplek. Over hun werk, hun adviesfunctie, hun eigen beeld van aoc’s, wat voor type leerlingen in hun ogen naar aoc’s gaan. Ook de uitkomsten van dit deel van het onderzoek zijn straks belangrijk voor de vervolgstategie. Maarten Savelberg: “Ik denk dat je óf alle groepen moet aanspreken óf de communicatiestrategie aanpast bij de verschillende doelgroepen, wetende dat een

12-jarige op een andere manier keuzes maakt dan zijn vader of moeder.”

## De bal rond?

Woensdag 16 juni wordt een spannende dag. Die dag is er een bijeenkomst waarin de gegevens uit het onderzoek van Pineapple Yellow en de andere onderzoeken naast elkaar worden gelegd. Kortom, een confrontatie tussen ‘interne’ beleving en ‘externe’ onderzoeksresultaten. Het zal een moment van status-quo zijn. Zijn de veronderstellingen die leven bij docenten en beleidsmakers waar? Uw vakblad doet u ongetwijfeld verslag. 

*Marleen Schepers*