



Programma Leven Lang Leren

Instroom Groen Onderwijs

Verkenning

Oktober 2012

Auteurs:

Arjen Heerema

Dimph Rubbens

Klaas Jellema

Inhoudsopgave

1 Opdracht

2 Waarden-oriëntatie

3 Keuzeprocessen en loopbaanoriëntatie

4 Maatschappelijke ontwikkelingen

5 Kansen groen onderwijs

6 Strategische keuzes in relatie met aantrekkingskracht groene opleidingen

7 Aanbevelingen

8 Bronnen

1 Opdracht vanuit programma III verhogen instroom leerlingen/studenten in groene opleidingen

Bij het verkrijgen van impact hanteert het programma leven lang leren de volgende strategie:

- ♦ GKC instellingen voeden met goede modellen, voorbeelden en instrumenten waarmee zij hun positie, ambitie en aanpak rond leren in de regio en leven lang leren en kunnen bepalen. Al die modellen etc. zijn gebaseerd op (elders) onderzochte inzichten in aantrekkelijk leren;
- ♦ de systeemeisen in kaart brengen die randvoorwaarde zijn voor aantrekkelijk onderwijs.

Systeemeisen in beeld

Doel is in beeld brengen wat toenemende flexibiliteit in het onderwijs en de match met de leerlingen vragen van het onderwijssysteem als geheel. Focus op:

- ♦ **Vraagarticulatie** vanuit de **leerling** in kaart brengen: wat zijn succesvolle opleidingsconcepten en wat vraagt dit van onderwijsontwikkeling in de toekomst?
- ♦ **Beelden ontwikkelen** over hoe de **match tussen sector/regio en leerling** gemaakt kan worden

In deze verkenning ligt de focus op het laatste aandachtspunt.

De verkenning is een denkkader voor een dialoog en discussie. Het is geen recept voor een kant en klare oplossing.

2 Waarden-oriëntatie

Essentie

Er is een duidelijke link tussen de banen en arbeidsparticipatie van beide ouders en het eigen toekomstbeeld van een jongere. Jongeren uit een traditioneel gezin, denken zelf ook traditioneler over hoe het hoort en hoe zij het zelf later willen. Het beroep van de ouders is een belangrijke inspiratiebron. Kinderen, en vooral dochters, van werkende moeders zijn meer ruimdenkend en kiezen minder stereotiep.

Instream vergroten in groen onderwijs.

Het groene onderwijs kent geen sterke toename in instroom, dat geldt zowel voor VMBO, MBO als het HBO. Wel zijn er (studie)richtingen die een duidelijke toename kennen en richtingen die afnemen in interesse. Binnen het VMBO is de problematiek van instroom anders dan in bijvoorbeeld binnen het HBO. Er is geen eenduidig beeld en advies te geven. Reclamecampagnes gericht op de zogenaamde “belevingswerelden” hebben geen aantoonbare resultaten opgeleverd wat betreft een toename van de instroom binnen het MBO. Wel zijn succesvolle nieuwe studierichtingen binnen het VMBO (Het Groene Lyceum), het MBO, (Life Sciences) en HBO (Toegepaste Biologie) te onderkennen maar dat zijn voorbeelden van nieuwe instroom vanuit een ander perspectieven. Daarnaast is er een project ‘Kies Kleur in Groen’ binnen het hele groen onderwijs o.a. gericht op het vergroten van de instroom van allochtonen binnen het groene onderwijs; het groene onderwijs kent al zeer lang een zeer lage participatie van allochtonen.

De huidige jongeren noemen we generatie “Z” geboren tussen 1992-2010, maar we constateren dat vanuit generatiebenadering er geen constante benadering ontstaat van onderliggende beweegredenen om wel of niet voor het Groen Onderwijs te kiezen. De vraag is of we dit perspectief kunnen analyseren.

Zijn reclamecampagnes die aansluiten bij “generaties” het antwoord of is het vraagstuk complexer? Het onderzoeksbureau Motivaction heeft in dit kader het zogenaamde Bètamentalty Onderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek geeft een bredere kijk op de kernvraag waarom leerlingen wel of niet voor technisch onderwijs kiezen; precies de kernvraag waarvoor wij stonden.

Het is natuurlijk niet mogelijk de woorden techniek te vervangen door groen; daarom wordt verwezen naar een aparte bijlage van het zeer interessante rapport waardoor goed een beeld is te vormen van de mogelijkheden die een analyse op groen zou kunnen betekenen vanuit het zogenaamde mentality model.

Onderzoeksmodel Motivaction

De maatschappij is continu in beweging. De consument lijkt in steeds sterkere mate onvoorspelbaar: Er wordt gesproken van de ‘ongrijpbare’ en ‘zappende’ consument. Bedrijven hebben ondertussen klantenbinding en merkenloyaliteit hoog op de agenda gezet. In dit klimaat is er bij beleidsmakers, strategen en marketeers een groeiende behoefte zichtbaar aan onderzoek dat nauw aansluit bij de belevingswereld van Nederlanders en daarmee de maatschappelijke en culturele veranderingen in kaart brengt. Daarom heeft Motivaction een onderzoeksmodel dat mensen groepeerd naar hun levensinstellingen en hun persoonlijke waarden. Het model vormt een bruikbaar alternatief voor

traditionele segmentaties op basis van sociaal-economische variabelen, die in een complexe en veranderlijke samenleving meer en meer aan verklarende kracht verliezen.

In de afgelopen jaren is met 'Mentality' aangetoond dat het mogelijk is een consistente en praktisch bruikbare segmentatie te maken van de Nederlandse bevolking op basis van sociale milieus die een levenshouding en waardenoriëntatie delen. Mentality evolueert volgens de maatschappelijke en culturele ontwikkelingen, die nauwgezet worden gevolgd en in kaart gebracht.

Waardenoriëntaties en leefstijlen

De tijd van verzuiling en klassenhierarchie behoort tot het verleden. In de afgelopen eeuw is de invloed van sociale en demografische kenmerken op de opvattingen en het gedrag van mensen sterk verminderd. Ook is het welvaarts- en opleidingsniveau in de afgelopen decennia aanzienlijk gestegen. Mensen zijn daardoor veel vrijer en onafhankelijker geworden in het bepalen hoe ze willen leven. Hierdoor ontstaan verschillende leefstijlen, waarden spelen daarbij een beslissende rol. Bijvoorbeeld het consumeren van luxe producten om op te vallen is geen uiting meer van een rijke maatschappelijke bovenlaag, maar van bredere segmenten van de Nederlandse samenleving, die luxe en status belangrijke waarden vinden.

Waarden vormen een verbindende schakel tussen mensen, merken en media. In waardenonderzoek wordt consumentengedrag beschouwd als uiting van 'distinctie'.

Sociale milieus: Het milieumodel

Uit het Mentality-onderzoek blijkt dat de Nederlandse samenleving bestaat uit een achttal consistente sociale milieus met overeenkomstige waardenprofielen. Deze sociale milieus zijn niet gedefinieerd op basis van sociale klassen of socio-economische variabelen, maar op basis van persoonlijke opvattingen, waarden en normen die aan de leefstijl van mensen ten grondslag liggen. Elk milieu kent een eigen leefstijl en consumptiepatroon. De waardenpatronen van elk sociaal milieu komen tot uiting in concreet gedrag, bijvoorbeeld op het gebied van voeding, media, politiek, mobiliteit, het geven aan goede doelen, financiën, wonen, houding ten opzichte van reclame, het gebruik van nieuwe technologieën, het kopen van specifieke producten en de loyaliteit aan merken. De milieugroepen zijn intern homogeen en onderling sterk onderscheidend. In de afgelopen jaren heeft de methodiek van milieusegmentatie zich bewezen als praktisch inzetbaar op het gebied van marketing en communicatie. De milieusegmentatie wordt intensief gebruikt door opdrachtgevers die actief zijn in alle Sectoren van de consumentenmarkt en - beleidsvelden. De indeling in sociale milieus wordt doorgaans ingezet voor vraagstukken op het gebied van strategische positionering, marktsegmentatie, advertentieacquisitie, productontwikkeling en communicatie.

In Nederland worden de volgende sociale milieus onderscheiden:

Zeer verkorte, kenmerkende beschrijvingen:

– Traditionele burgerij (16%)

De moralistische, plichtsgetrouwe en op de status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

– Gemaksgeoriënteerden (10%)

De impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven

– Moderne burgerij (22%)

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden

– Nieuwe conservatieven (8%)

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar geen voorstander is van sociale en culturele vernieuwing.

– Kosmopolieten (10%)

De open en kritische wereldburger die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten

– Opwaarts mobiele (13%)

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning

– Postmaterialisten (10%)

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, zich verzetten tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu

– Postmoderne hedonisten (11%)

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experimenten en sociale conventies doelen op zich zelf zijn geworden

Ouders

Ouders spelen een belangrijke rol in de vorming van genderstereotype denkbeelden bij jongeren. De rolverdeling thuis en hoe er over wordt gesproken zijn grotendeels bepalend voor het beeld dat jongeren hebben. Er is een duidelijke link tussen de banen en arbeidsparticipatie van beide ouders en het eigen toekomstbeeld van een jongere. Jongeren uit een traditioneel gezin, denken zelf ook traditioneler over hoe het hoort en hoe zij het zelf later willen. Het beroep van de ouders is een belangrijke inspiratiebron. Kinderen, en vooral dochters, van werkende moeders zijn meer ruimdenkend en kiezen minder stereotiep. Ouders hebben dus relatief veel invloed op de keuzes en denkbeelden van hun kinderen. Ze geven advies en vervullen een voorbeeldfunctie.

Beeldvorming

De vorming van deze denkbeelden vindt al op jonge leeftijd plaats. Wanneer een jongere naar school gaat zijn de genderstereotype denkbeelden al grotendeels gevormd. De denkbeelden worden nog wel versterkt, afgezwakt of bijgeschaafd tijdens de schoolgaande periode. De invloed hierop is in deze periode echter minder groot dan die van de ouders op jongere leeftijd. Leeftijdsgenoten en onderwijs kunnen wel invloed hebben op de keuzes van jongeren, maar hebben weinig invloed op genderstereotype denkbeelden. De media spelen een niet te onderschatten rol in de vorming van genderstereotypen. De beeldvorming door televisie, films, tijdschriften en reclames is aanzienlijk. De

rolverdeling is traditioneel en typische genderstereotype beroepen worden door het bijpassende geslacht beoefend; artsen zijn bijna altijd mannen en de verplegers zijn vrouwen. Met name onderwijspersoneel onderschrijft deze invloed. Jongeren komen hier van kinds af aan continu mee in aanraking en dit vormt hun beeld van de wereld. Ouders en jongeren beseffen minder hoe groot de invloed van de media is op hun wereldbeeld.

Conclusie

Uit onderzoek blijkt dat beroepskeuzes veelal gemaakt worden op basis van de waardeoriëntatie van de ouders. Het model biedt mogelijkheden om voor Groen Onderwijs om een beter inzicht te krijgen waar we keuzeprocessen kunnen beïnvloeden. Er liggen hier kansen die momenteel onvoldoende door Groen Onderwijs benut worden.

Bronnen:

1. Inventarisatie van onderzoeken van Motivaction binnen het onderwijs
2. Bèta-mentaliteitonderzoek Motivaction
3. Genderstereotype denkbeelden bij jongeren; Bas Delmeé & Annika Baeten (YoungWorks)
YoungWorks, 6 januari 2011

3 Keuzeprocessen en loopbaanoriëntatie

Essentie

Uit onderzoek blijkt dat ervaring in de praktijk en verwerking door het reflectiegesprek (betekenis geven aan de opgedane ervaring) gezamenlijk een positief effect heeft op de beroepskeuze. Het onderzoek heeft ook laten zien dat een arbeidsidentiteit zich ontwikkelt door ervaring met beroepssituaties (bij voorkeur kritische beroepssituaties of situaties met een beroepsdilemma,

De populatie binnen het groene onderwijs blijft de afgelopen jaren stabiel rond de 60.000 leerlingen/studenten. Waarbij het mbo vanaf 2006 een stijging laat zien en het vmbo een lichte daling. Een daling die echter in verhouding tot de ontwikkeling van de populatie bij de overige vmbo sectoren laag is. Daarmee komt de verhouding tussen vmbo- en mbo groen in 2010 op 50%-50% (tegenover 57%-43% in 2006). De doorstroom vanuit vmbo groen naar mbo groen blijft door de jaren heen laag en ligt momenteel onder de 30% (ten opzichte van ruim 66% bij de overige sectoren). Hierbij is wel sprake van grote verschillen per AOC, per vestiging en per richting.

Groene PSO

PSO = Praktische Sector Oriëntatie, een programma dat kan worden aangeboden op alle vmbo-scholen. Voor de 4 sectoren in het vmbo (Economie, Zorg en Welzijn, Techniek en Landbouw) zijn PSO programma's ontwikkeld.

Op een derde van alle vmbo-scholen die PSO aanbieden, wordt PSO aangeboden voor de Groene sector. Ook voor deze Groene PSO bestaan vele werkvormen. De werkvorm die het meest wordt ingezet is het door leerlingen laten bezoeken van bedrijven en organisaties. In het kader van Groene PSO gebeurt dit door de helft van de scholen (voor PSO in het algemeen gebeurt dit op tweederde van de scholen). Daarnaast laat ruim een op de drie scholen leerlingen een beroepskeuzetest doen voor de Groene sector (voor PSO in het algemeen wordt dit door de helft van de scholen gedaan). Snuffelstages lopen gebeurt in het kader van Groene PSO op een kwart van de scholen (voor PSO in het algemeen gebeurt dit op ruim een derde van de scholen). Andere werkvormen die specifiek voor Groene PSO benoemd worden, zijn het bezoeken van MBO scholen en het volgen praktijklessen.

Van de scholen die Groene PSO verzorgen, is tweederde (zeer) tevreden over de wijze waarop dit gedaan wordt. Bijna geen enkele school is ontevreden. De tevredenheid wordt voornamelijk veroorzaakt door het feit dat er op een enthousiaste manier wordt lesgegeven en dat docenten de lessen goed voorbereiden. Omdat op veel scholen slechts een klein deel van de leerlingen kiest voor de sector Groen, geven deze scholen zelf aan dat er nog een en ander verbeterd kan worden aan deze Groene sectororiëntatie.

Verbeterpunten die genoemd worden in het kader van Groene PSO zijn: het aanbieden van meer lessen voor de Groene sector en het beschikbaar stellen van meer en betere informatie over beroepen in de Groene sector. Daarnaast wordt, net zoals bij PSO in het algemeen, gesteld dat er

meer tijd vrijgemaakt moet worden voor leerlingen om bedrijven te bezoeken of op excursie te gaan.

Van alle scholen die wel PSO aanbieden maar geen Groene PSO geeft bijna 7% van de scholen aan dit in de komende vijf jaar zeker of waarschijnlijk te gaan oppakken. Een kwart van de scholen zegt dit echter (waarschijnlijk of zeker) niet te gaan doen.

Voorwaarden die nodig zijn voor scholen om wel Groene PSO aan te gaan bieden zijn het beschikbaar stellen van meer uren in de lessentabel om Groene PSO te verzorgen. Buiten inhoudelijke argumenten blijft de belangrijkste voorwaarde dat meer leerlingen op de school zouden moeten kiezen voor de Groene sector. Dit gebeurt niet waardoor er ook weinig tijd en energie gestoken wordt in Groene PSO. Vaak is het zo dat leerlingen die wel voor de Groene sector kiezen uitgezonden worden naar andere locaties waar men meer affiniteit heeft met de Groene sector.

Bron: DUO Market Research; Definitieve rapportage groen PSO (2011)

Keuzebegeleiding jongeren op (V)MBO ¹

Waarnemingen uit de praktijk:

De jongeren van nu hebben geen notie meer van arbeid. Deze jongeren maken een beroepskeuze op basis van onderwijservaringen. Dit leidt vaak tot teleurstellingen.

Bij volwassen vindt beroepskeuze plaats op basis van zelfkennis: hoe sta je in het arbeidsproces, waar krijg je energie van?

Lector Peter den Boer heeft ervaringen bij ROC West Brabant. Zijn advies is :

- Start keuzeprocess zo vroeg mogelijk in VMBO en laat het keuzeprocess doorlopen tijdens de opleiding; waarbij het volgende van wezenlijk belang is:
 - o Exploratie: organiseer ervaringen in de beroepspraktijk;
 - o Commitment met de keuze: organiseer reflectiegesprekken door deskundigen.

Uit onderzoek blijkt dat ervaring in de praktijk en verwerking door het reflectiegesprek gezamenlijk een positief effect heeft op de beroepskeuze.

Het resultaat van het keuzeprocess is niet altijd concreet te vertalen naar een opleiding in een kwalificatiedossier. Leerlingen formuleren hun keuze als: "Ik wil iets met bijvoorbeeld dieren, mensen, planten, techniek/maken..." en Effectieve keuzeprocessen hebben tot gevolg dat leerlingen onderwijs willen dat past bij hun ambities. Dit vraagt een flexibele onderwijsorganisatie (zie ook uitgave "Variatie in Maatwerk" van het lectoraat) die afgestemd is op authentieke contexten:

De leerling dient tijdens de studie zijn/haar keuze steeds scherper te krijgen. Dit vraagt om een doorlopende en professionele studieloopbaanbegeleiding in het VMB, MBO en ook HBO.

Theoretisch kader loopbaanoriëntatie

¹ Peter den Boer, lector ROC West Brabant

Onderzoek van Den Boer e.a. (2001, 2002, 2004). Meijers, Kuijpers & Bakker (2006) en Kuijpers, Meijers & Bakker (2006) biedt een conceptueel kader voor loopbaanoriëntatie. Zeer kort samengevat komt dit denkkader neer op de wetenschap dat keuzeprocessen gebaseerd (dienen te) zijn op kennis van het zelf in relatie tot kennis van het object dat het keuzeproces betreft. Die kennisontwikkeling laat zich typeren als ervaringsleren.

Daarvoor geldt dat naast het opdoen van ervaring reflectie (betekenis geven aan de opgedane ervaring) essentieel is voor het creëren van kennis en de ontwikkeling van keuzeprocessen. Waar het de ontwikkeling van keuzecompetenties ten aanzien van arbeid en beroep betreffen hanteert Meijers (1995) het begrip arbeidsidentiteit. Het bovengenoemde onderzoek heeft laten zien dat een arbeidsidentiteit zich ontwikkelt door ervaring met beroepssituaties (bij voorkeur kritische beroepssituaties of situaties met een beroepsdilemma, zie Vrieze en Mok, 2004)) en de verwerking van die ervaring door reflectie. De zich ontwikkelende arbeidsidentiteit leidt er vervolgens toe dat leerlingen (al dan niet expliciet) kennisvragen gaan stellen ook over het beroep en de arbeidscontext. De meest herkenbare vorm daarvan zien we als leerlingen terugkomen van stages.

Bron:

Peter den Boer, juni 2010

Onderwijs Research Dagen (ORD), Paper in het kader van het Symposium '*Lectoren en lerende en onderzoekende professionals in het mbo; everything you always wanted to know but never asked*'

4 Maatschappelijke ontwikkelingen

Essentie

Uit het onderzoek in de technische sector blijkt dat er significante verschillen gevonden zijn in wat jongeren verwachten van werkgeverschap, en wat werkgevers denken dat jongeren hierover verwachten.

Groen onderwijs en de topsectoren: Vakmanschap, Co-innovatie & Arbeidsmarkt

De groene onderwijskolom is een cruciale toeleverancier van die kennis en arbeidskrachten die het succes voor de toekomst helpen realiseren. De groene onderwijsinstellingen willen dé opleidingscentra zijn op het gebied van duurzame innovatie en daarmee blijvend bijdragen aan het succes van de Nederlandse topsectoren Agrofood en Tuinbouw & uitgangsmateriaal.

Met het oog op agenda van de topsectoren heeft het groene onderwijs de volgende ambities geformuleerd:

1. Het garanderen en verder ontwikkelen van de kwaliteit van opleidingen voor jongeren, werkenden en ondernemers door adequaat aan te sluiten op de steeds weer veranderende vraag in de arbeidsmarkt – op alle onderwijsniveaus en in doorlopende leerlijnen;
2. Co-innovatie door open kennisontwikkeling en snelle vertaling naar de verschillende onderwijsniveaus, samen met de ontwikkelde en beschikbare kennis in de topsectoren;
3. Samen met het bedrijfsleven actief te werken aan een beter imago van de sector, opdat onze opleidingen voldoende en kwaliteitsvolle medewerkers voor de toekomst kunnen opleiden.

“Nieuw Werkgeverschap voor jonge professionals”

Wat verwachten jongeren van hun toekomstige werkgever? En in hoeverre weten werkgevers eigenlijk wat jongeren van werkgeverschap verwachten? Uit het onderzoek in de technische sector blijkt dat er significante verschillen gevonden zijn in wat jongeren verwachten van werkgeverschap, en wat werkgevers denken dat jongeren hierover verwachten. Werkgevers kunnen jonge professionals binden, boeien en benutten met Nieuw Werkgeverschap. Deze vorm van werkgeverschap houdt in:

- Informele werksfeer;
- Focus op eigen ontwikkeling;
- Het gevoel benut te worden;
- Inzet van generalistische interesse;
- Vrijheid én structuur;
- Een goede beloning.

Bevorderen van de keuze voor technisch onderwijs heeft vijf elementen:

1. Aantrekkelijk, kwalitatief hoogwaardig en uitdagend onderwijs; -2. Oriëntatie- en keuzebegeleiding;
3. Regionale netwerken (keten, bedrijfsleven); -4. Doelgroepenaanpak; -5. Communicatie technisch beleid.

Bron: HCA Agro en Food. Tuinbouw en uitgangsmaterialen (2012)

5 Maatschappelijke relevantie en kansen groen onderwijs

Essentie

Het groene onderwijs wil jongeren bewust maken van de eisen die beide opdrachten stellen aan hun (professionele) gedrag en hen toerusten dit handelen te ontwikkelen. Dit kan alleen door integraal te kijken naar de wijze waarop het groene onderwijs nu en in de toekomst invulling geeft aan beide 'vergroenings' opdrachten.

Zonder deel te nemen leer je een praktijk niet begrijpen en zonder een praktijk te begrijpen kun je niet deel nemen op een expert niveau.

Voorop in Vergroening

Maatschappelijk is er een kans om de het groene onderwijs een sterke positie te geven. Immers duurzame ontwikkeling is een thema dat overal in de maatschappij weerklank vindt. Groen onderwijs kan hierin een bijdrage leveren omdat het groen onderwijs van nature met dit onderwerp verbonden is. De AOC's hebben dit onderwerp gezamenlijk opgepakt in het project "Voorop in de Vergroening" (Bijlage: brochure "voorop in de vergroening") bij de AOC Raad. Men wil in 2015 door samenleving, overheid en bedrijfsleven herkend en erkend worden als dé opleidingscentra voor ondernemend en innovatief groen. De doelen en de prestatieagenda zijn als volgt verwoord:

Het begrip 'vergroening'

Met het begrip 'vergroening' duiden wij op meer dan op het veel besproken en gebruikte begrip 'duurzaamheid'. Het groene onderwijs gebruikt 'vergroening' in de volgende betekenis: Het structureel en adequaat waarmaken van de sociaal maatschappelijke en economische opdracht van het groene onderwijs om jongeren te ondersteunen in hun ontwikkeling:

- als kritische consument en burger die zich bewust is van het wereldvoedselvraagstuk, de schaarste aan grondstoffen en energie, klimaatverandering, de druk op natuur en milieu (vooral in de stad) en het niveau van dierenwelzijn;
- als beroepsbeoefenaar op een dynamische en kennisintensieve arbeidsmarkt waarbinnen het inspelen op bovengenoemde thema's en daarmee op de balans tussen de economische-, ecologische- en sociaal maatschappelijke waarde van 'groen' geen kwestie meer is van ideologie, maar van 'bedrijfseconomisch overleven'.

Het groene onderwijs wil jongeren bewust maken van de eisen die beide opdrachten stellen aan hun (professionele) gedrag en hen toerusten dit handelen te ontwikkelen. Dit kan alleen door integraal te kijken naar de wijze waarop het groene onderwijs nu en in de toekomst invulling geeft aan beide 'vergroenings' opdrachten.

Bron: AOC Raad: brochure "voorop in de vergroening"

Waarom is groen onderwijs uniek?

Didactiek van het groene onderwijs²

De landbouw is een complexe, interdisciplinaire praktijk. Alleen maar nadruk op cognitief leren laat de studenten het unieke karakter van de landbouw niet zien. In het groene onderwijs gaat het om het vinden van de juiste balans tussen cognitief leren en praktisch leren. Ook al zijn er experts om het voor te doen, waarom is het toch zo moeilijk om het unieke handelen in een technische praktijk te begrijpen? Dat heeft te maken met de bijzondere vorm van reflectie die daarbij een rol speelt: de *praktische reflectie*. Het bijzondere van de praktische reflectie is dat daarin doen en denken samengaan, zonder tussenkomst van taal. Al doende kan ik leren begrijpen wat wij als praktijkbeoefenaren doen. Zonder deel te nemen leer je een praktijk niet begrijpen en zonder een praktijk te begrijpen kun je niet deel nemen op een expert niveau. Dat je iets van een gezamenlijke praktijk begrepen hebt, kun je bijvoorbeeld zonder woorden tonen door het herhaalde malen voor te doen, steeds op een iets andere manier. Bij de vraag 'Wat bent u aan het doen?' zijn de meeste mensen onmiddellijk in staat om te zeggen wat zij aan het doen zijn, maar hebben moeite om het hoe en waarom te vertellen. Praktische reflectie moet je leren en het zoeken naar de juiste woorden is een ware kunst, je gaat het pas zien als je het door hebt: wanneer alle vaklui een soort raamwerk in hun hoofd hebben dat hen in staat stelt te raden wat hun vakgenoten zullen doen. Het probleem is echter dat deze vakgenoten kunnen raden wat wij hebben geraden en iets geheel anders, buiten het raamwerk om, kunnen doen.

Een speciale invulling van het begrip 'zorgen voor' is een rode draad in de visie op landbouw als technische praktijk. Het leren omgaan met deze speciale manier van zorgen voor planten en dieren, inclusief haar normatieve betekenis, verdient dan ook een belangrijke plaats binnen het groene onderwijs. De zorgzame landbouw is een complexe praktijk met vele betrokkenen, inclusief ieders professionele en persoonlijke waarden en normen. Professionaliteit vereist verantwoordelijkheid naar anderen, inclusief de sector en de samenleving. Inzicht in het op een kwalitatief goede manier uitoefenen van een beroep in de landbouw betekent een zorgvuldige beoordeling van de zorgvraag/situatie van planten en dieren, vakkundig interveniëren/behandelen en procedureel correct handelen.

² prof. Bart Gremmen, Wageningen UR

6 Strategische keuzes in relatie met aantrekkingskracht groene opleidingen

Essentie

Groen is tegenwoordig verborgen en niet zichtbaar voor jongeren. Daarom is het lastig één strategie te formuleren om de doelgroep te bereiken. De keuze voor een strategie is niet eenvoudig omdat het niet om een unieke keuze maar om een complexe keuze gaat die in relatie staat met een groot aantal factoren.

Groen is tegenwoordig verborgen. Daarom is het ook niet zo raar dat jongeren eerder kiezen voor een studie marketing, economie of vormgeving of alleen in clichés denken. Diverse groene werelden bevinden zich totaal niet op het netvlies van de jongeren. Sommige beroepen kunnen zich optrekken aan televisieprogramma's. Die lenen daar hun bekendheid aan, en worden wel gekozen. Sommige groene beroepen staan helaas niet op het wat-ik-later-graag-wil-worden-lijstje van de meeste kinderen en jongeren. Hoe maak je dingen zichtbaar waarvan iedereen het voor vanzelfsprekend aanneemt? Wat kan een docent of decaan nu doen om jongeren meer voor groen te interesseren? Onderstaande indeling is gemaakt op basis van onderzoek bij Bèta-techniek (mentality). Deze indeling is door de onderzoekers niet gevalideerd voor andere sectoren. Toch zijn er ook patronen voor groen onderwijs herkenbaar:

- De Carrière gerichte jongeren moet je in je lessen kennis laten maken met succesvolle werknemers uit die sector (gastles)
- De Mensgerichte Generalist staat op zich niet negatief tegenover het groene onderwijs, maar zij ambiëren niet direct een baan in de wereld. Wanneer je hen met inspirerend onderwijs kunt bereiken, is er een basis gelegd voor een positievere houding ten opzichte van een toekomst in de groene wereld. Juist hen moet je laten zien dat je in een groen beroep aan het faciliteren bent, dat je met die kennis een groot verschil kunt maken en je bijvoorbeeld arme wereldburgers of het klimaat juist effectief kunt helpen in een groene baan. Laat de menselijke kant van groen zien: hoe helpt groen mensen? Je zou kunnen denken aan een koppeling van groen aan de zorg. Of koppel het vak scheikunde aan het menselijk lichaam, werking van de hersenen en geneeskunde.
- De Concrete groene vakman staat het minst negatief tegenover groene vakken. Zij vinden het vakken met diepgang, waarbij je veel moet nadenken. Focus bij deze groep vooral op de toepassingen: Wat kun je ermee doen en worden?
- Non groen zien het nut niet in van groene vakken. Hen moet je steeds weer laten zien waarom het belangrijk is dat zij bepaalde kennis en kunde opdoen. Koppel groen bijvoorbeeld ook aan design, architectuur en kunst. werving effectiever te maken.

Hoe kunnen we nu deze kansen verzilveren in het groene onderwijs? Factoren die in ieder geval een rol spelen bij de keuzes zijn:

- Windowdressing werkt averechts
- Duurzaamheid als uitgangspunt kiezen in opleiding (vb. Wageningen-UR)
- Lange termijn en hoog eindniveau, perspectief bieden aan deelnemers (groene lycea)

- Topsectoren verbinden (cross-overs) (afstemming inhoud/kwaliteit)
- Creatief verbindingen maken in de regio (lifesciense Nordwin)
- Profileren door ketendenken vanuit consumentenperspectief (vb. kennistransfer Den Bosch))
- Genuanceerd type leerders onderscheiden (Bèta-techniek) Vb.: Kies Kleur in Groen (leerders voor carrière)

De keuze voor een strategie is niet eenvoudig omdat het niet om een unieke keuze maar om een complexe keuze gaat die in relatie staat met een groot aantal factoren. Om een overzicht hierin te krijgen is het volgende schema opgesteld voor te maken strategische keuzes.

Gewenst bereik: Uitdagingen:	Verbreden (veralgemeniseren, hoger bereik)	Verdiepen (specialiseren, lager bereik)	Behouden (Zelfde opleidingen maar met extra's (bijv. Social media))
Doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> • Grotere doelgroep • Meer algemene opleidingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinere doelgroep (niche) • Specifieke groene opleidingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Zelfde (grotere) doelgroep binden • Keten en regio extra benadrukken
Type opleidingen (exemplarisch)	<ul style="list-style-type: none"> • Lifesciense (NordWin/ROC) • Toegepaste biologie • Life College Schiedam/Kies Kleur in Groen • Duurzaamheid: Wageningen UR • Groene Lycea 	<ul style="list-style-type: none"> • Groen Grond Infra • Bollen/fruit academie • Opleidingen varkenshouderij pluimveehouderij 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennistransfer Has Den Bosch • Vakgericht maar rekening houden met type leerders (inspelen op Z-generatie, mentality-model Bèta-techniek)
Strategisch	<ul style="list-style-type: none"> • Samenwerken partners (regio, groen/grijs) • Vergroten marktaandeel • Imagoverbetering 	<ul style="list-style-type: none"> • Aantrekken specifieke partners (Vb.: Cumela/groen, grond, infra) • Vergroten marktaandeel • Inspelen op vraag bedrijfsleven 	<ul style="list-style-type: none"> • Samenwerking topsectoren: HCA, CIV, COE • Vergroten marktaandeel • Imagoverbetering

Succesvolle casi

Een aantal groene opleidingsinstituten heeft kansen benut en nieuwe opleidingen vormgegeven op het hierboven genoemde thema's. De Wageningen-UR heeft een aantal jaren de koers verlegd getuige de tekst op de website:

Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR, is de enige universiteit in Nederland die zich specifiek richt op de thema's gezonde voeding en een prettige en gezonde omgeving om in te leven. Dat doen wij in nauw contact met overheden en het bedrijfsleven. Het onderwijs van de universiteit is sterk gericht op de praktijk. In het onderwijs draait het veelal om maatschappelijke thema's zoals klimaatverandering, ongezonde leefwijzen, de steeds verder toenemende druk op natuurlijke gebieden en dierenwelzijn.

De nieuwe koers van Wageningen-UR is succesvol, de instroom studenten is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen.

Ook AOC's en HAO-instellingen hebben dit voorbeeld gevolgd (bijlage 6)

7 Aanbevelingen

Essentie

Op basis van de tabel in H6 zijn de aanbevelingen geformuleerd op de drie centrale thema's in de tabel: verbreden, verdiepen, behouden.

Het is wel duidelijk dat een oplossing voor het instroomvraagstuk in het groene onderwijs niet eenduidig is. Op basis van de tabel in H. 6 kunnen een aantal aanbevelingen worden gedaan:

1. Verbreden van groene opleidingen

Dit is een aantrekkelijke keuze omdat deze aansluit bij maatschappelijke ontwikkelingen. De toekomstige leerder staat steeds verder af van de landbouw (primaire productie) maar wordt wel betrokken bij de vergroening in de maatschappij. Dit kan in de toekomst leiden tot een meer groene oriëntatie van de burgers. Dit vraagt echter wel om een verbreding in het groene opleidingen aanbod. Deze keuze wordt ook onderbouwd door de bevindingen van Peter dan Boer {lector keuzeprocessen VMBO) in H.3 van dit rapport. Hij geeft aan dat een goede keuzebegeleiding (oriëntatie in de praktijk met een goede reflectie) van de leerling in het (V)MBO wel kan leiden tot een grotere belangstelling van de leerlingen voor groen onderwijs. De keuze voor een vak is echter nog niet gemaakt. Het MBO moet op deze eerste oriëntatie voortbouwen. De kwalificatiestructuur 2015 biedt hier met de brede dossiers nieuwe mogelijkheden. Dit vraagt wel een heroriëntatie in het mbo. In het HBO en WO zijn deze keuzes al gemaakt.

2. Verdiepen van groene opleidingen

De sector (primaire opleidingen) vraagt om verdieping. Bij deze keuze worden smalle opleidingen aangeboden gericht op het vakmanschap in de sector. Deze keuze wordt door leerders alleen gemaakt als ze zich al hebben verbonden met de sector. In dit geval zal de instroom beperkt blijven omdat door de maatschappelijke ontwikkelingen alleen insiders gemotiveerd zijn voor deze keuze. In een rapport van Bèta-techniek betreffende instroom in de techniek wordt gememoreerd dat er verschillende type leerders zijn: iemand die carrière gericht is zal niet kiezen voor verdieping in het vakmanschap. In de praktijk zal dit type leerder eerder kiezen voor agri-business dan voor een opleiding plant/dier.

3. Behouden groene opleidingen

Bij deze keuze gaat het om behoud van het karakter van de groene opleidingen. Het gevolg is dat het nu veel meer om verbinden met ontwikkelingen in de regio waardoor de actualiteit en afstemming geborgd is. Een didactisch model hiervoor is regioleren. Ook wordt meer vanuit het gezichtspunt van de student gekeken naar de studeerbaarheid van een opleiding. Social media inbouwen in de opleiding is in dit verband een aantrekkelijke optie.

Bovengenoemde strategische keuzes zijn alle drie legitiem om de instroom van leerlingen/studenten te vergroten. Het gaat om een bewuste keuze met een gericht effect op maatschappij, sector, regio of leerling/student.

8 bronnen

Bijlage 1: Inventarisatie van onderzoeken van Motivaction binnen het onderwijs

Bijlage 2: Bèta-mentalityonderzoek Motivaction

Bijlage 3: 21 century skills

Bijlage 4: Brochure voorop in de vergroening (2011)

Bijlage 5: Jam, koffie en studiekeuze, Bernard Nijstad (RUG, 2011)

Bijlage 6: Voorbeelden nieuwe aanbod opleidingen groen onderwijs (2012)

Bijlage 7: Generatie Z (2011)

Bijlage 8: Nieuw werkgeverschap voor jonge technische professionals; platform Bèta-techniek (2011)

Bijlage 9: Genderstereotype denkbepelden bij jongeren Bas Delmeé & Annika Baeten (YoungWorks)

YoungWorks, 6 januari 2011

Bijlage 6

Een aantal voorbeelden nieuw aan bod opleidingen groene onderwijs.

MBO

Het groene lyceum (Groenhorst College, AOC Terra, AOC Oost) De eerste leerlingen voor het Groene Lyceum startten in 2007 in Winsum bij AOC Terra. Een jaar later volgden AOC Oost en Groenhorst College. De aanpak verspreidde zich ook naar meer vestigingen binnen die AOC's. De AOC's ontwikkelden verschillende vormen. Bij Groenhorst College sluiten leerlingen eerst het vmbo-deel af voordat ze met mbo beginnen en bij de beide andere AOC's beginnen ze al eerder met mbo-vakken. De totale opleiding vmbo-mbo-hbo duurt negen jaar, net zo lang als de route van havo-hbo. Bij AOC Terra behalen leerlingen in vijf jaar de vmbo-diploma's voor de gemengde/theoretische leerweg en een mbo-diploma met zo breed mogelijke uitstroom. Bij AOC Oost en Groenhorst College duren vmbo- en mbo-deel zes jaar en zijn er met een aantal hbo-scholen afspraken gemaakt dat het hbo-deel in drie jaar kan. De aanpak van het Groene Lyceum trekt veel belangstelling. Bij de drie AOC's samen zijn nu acht locaties betrokken en in schooljaar 2012/2013 zullen dat er twaalf zijn. Het leerlingaantal groeit snel. Er zijn er nu ruim vierhonderd. Na de aanvankelijke projectfinanciering voor de start bij AOC Oost en Groenhorst College zijn scholen op eigen kracht verder gedaan. Het Groene Lyceum is een reguliere opleiding geworden. AOC Terra verwacht in 2013 1200 leerlingen ingeschreven te hebben. De ambitie van AOC Oost is dezelfde.

Eco & Wildlife Studies (Helicon)

Je bent in voor avontuur, ook in het buitenland. Je hebt grote interesse in dieren en de natuur. Dan past Eco & Wildlife Studies bij jou! Want na deze opleiding kun je in en buiten Nederland werken als bijvoorbeeld natuurgids, voorlichter bij natuurorganisaties, dierentuinmedewerker, wildbeheerder of reisleider van natuurreizen. Mooie beroepen die te maken hebben met dieren en hun omgeving - flora en fauna - maar ook met de mens.

Horti Technics & Management (Lentiz)

We leven in een samenleving waar techniek een steeds grotere rol gaat spelen. Dit zien we ook direct terug in de tuinbouwsector. De Nederlandse tuinbouwondernemers hebben moderne, hightech bedrijven. De bedrijven worden steeds groter en complexer. Er wordt gewerkt met de nieuwste technieken en bijna alles is computergestuurd. Een mooie branche om in te werken, want de tuinbouwsector is volop in beweging en staat internationaal hoog aangeschreven. Er is volop werk in deze dynamische sector.

Water management (Lentiz)

Water is hot. De aarde warmt op, de zeespiegel stijgt, het regent vaker en heviger. Water wordt in de toekomst steeds belangrijker. Daarom zijn er jonge helden nodig die zich bezig gaan houden met het

beheer van het water. Wil jij Nederland beschermen tegen hoog water, drinkwater gezond houden en waterrecreatie mogelijk maken? Dan is de opleiding Watermanagement iets voor jou!

HBO

Toegepaste biologie (Has Den Bosch)

Hoe kan een klein drukbevolkt land een natuurlijk karakter hebben? Welke planten en dieren kunnen samenleven? Hoe kan natuur zich daar in ontwikkelen en in stand houden? En wat betekent dat voor de rest van de omgeving? Dit zijn vragen waarmee jij je als student Toegepaste biologie in Almere gaat bezighouden. Geen huiskamergeleerde, maar iemand die met één been in de natuur en één been in de maatschappij staat.

NATUUR

Alles over People, Planet & Profit. De ecologie van bodem, plant en dier: haal eruit wat erin zit!

De opleiding(en):

- Milieukunde
- Stad en streekontwikkeling
- Toegepaste Biologie

Wageningen UR

Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR, is de enige universiteit in Nederland die zich specifiek richt op de thema's gezonde voeding en een prettige en gezonde omgeving om in te leven. Dat doen wij in nauw contact met overheden en het bedrijfsleven. Het onderwijs van de universiteit is sterk gericht op de praktijk. In het onderwijs draait het veelal om maatschappelijke thema's zoals klimaatverandering, ongezonde leefwijzen, de steeds verder toenemende druk op natuurlijke gebieden en dierenwelzijn.