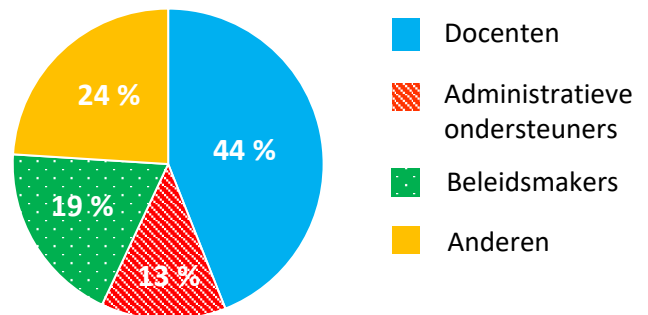


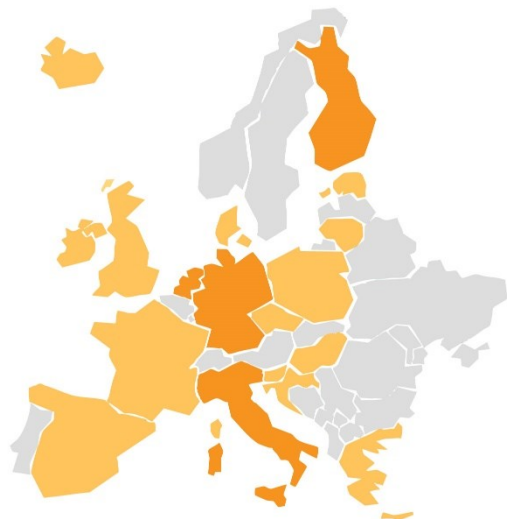
VET2SUSTAIN ONDERZOEKSBEVINDINGEN

Het VET2Sustain-project heeft als doel het beroepsonderwijs en de beroepsopleidingen (VET) aantrekkelijker te maken in Europa. De enquête die in het kader van dit project is uitgevoerd, geeft inzicht in de huidige staat van mbo-scholen, hun uitdagingen, ervaringen en toekomstvisies.



Figuur 2 Profiel van respondenten.

De respondenten waren onder andere docenten, administratieve ondersteuners, beleidsmakers en andere onderwijsexperts.



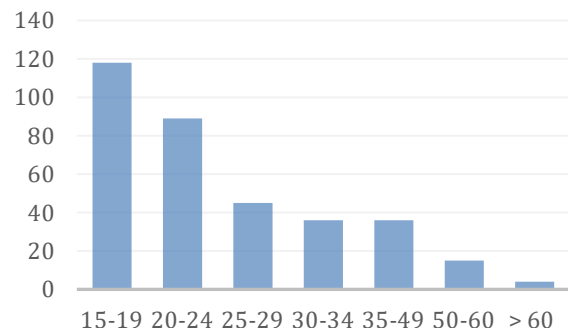
Figuur1 Deelnemende landen

Het online onderzoek

Voor dit onderzoek is er van 28 mei 2024 tot 1 augustus 2024 een onderzoek onder Europese scholen voor beroepsopleidingen uitgevoerd. Er zijn 160 reacties uit 18 landen ontvangen. De grootste groep respondenten kwam uit de landen van de VET2Sustain partners, 17% kwam uit andere landen.

Leeftijdverdeling studenten

De meerderheid van de deelnemende mbo-studenten was 15-19 jaar oud, gevolgd door 20-24 jaar.



Figuur 3 Leeftijdverdeling van de deelnemende mbo-studenten

Opvattingen over de beroepsonderwijsopleiding in eigen land

Over het algemeen was men het erover eens dat algemeen en hoger onderwijs in hun land waardevoller worden geacht dan mbo onderwijs. Iedereen was het erover eens dat maatschappelijke attitudes een grote invloed hebben op de aantrekkelijkheid van het mbo. Desondanks werd het mbo als op de praktijk gericht gezien en werd de kwaliteit van de opleidingen over het algemeen als goed beschouwd. De waardering over het mbo varieert tussen de diverse landen en is een afspiegeling van de diverse culturele en sociale waarden.

Perspectief op de eigen school

- Finland lijkt in algemene zin de sterkste mbo structuur te kennen, vooral op het gebied van onderwijsinhoud en integratie van studenten met het bedrijfsleven.
- Italië zit hier vlak achter met een goede afstemming op de arbeidsmarkt en een hoog aantal studentaanmeldingen.
- Duitsland heeft problemen met het werven van studenten, werkstages en de kwaliteit van middelen.
- Nederland biedt een gebalanceerde indruk, maar scoort net onder het gemiddelde v.w.b. het werven van studenten en is redelijk tevreden met alle andere criteria.

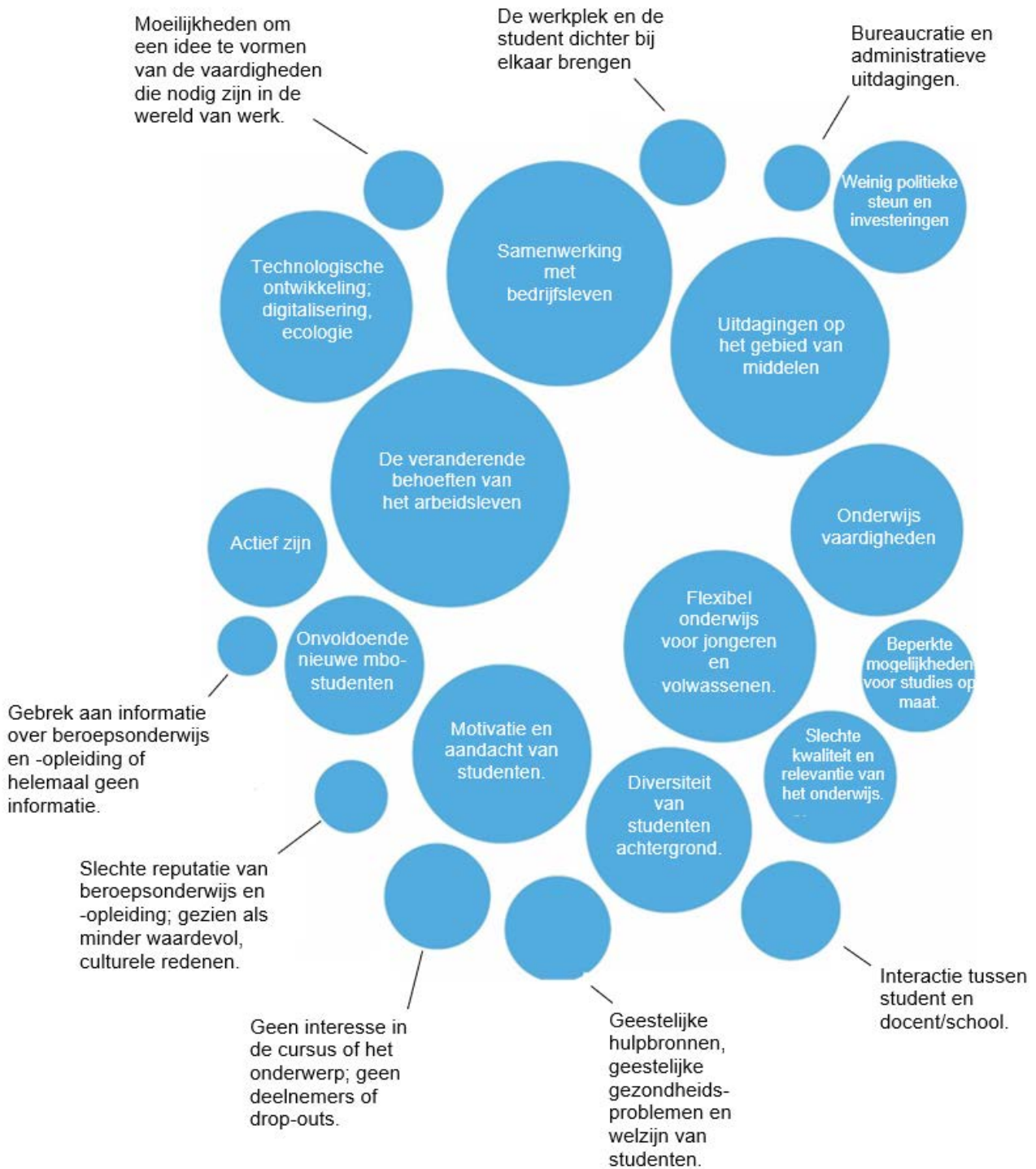
Uitdagingen in het mbo

Volgens de enquête zijn de snel veranderende vaardigheidseisen in het beroepsleven en de samenwerking met bedrijven de belangrijkste uitdagingen waarmee het mbo worden geconfronteerd. Een gebrek aan middelen en technologische ontwikkelingen op het gebied van digitalisering en duurzame ontwikkeling vormen ook uitdagingen voor veel mbo scholen in Europa. Studenten motiveren en gefocust houden op hun studie, evenals flexibel onderwijs voor verschillende leeftijdsgroepen, brengen hun eigen uitdagingen met zich mee voor het onderwijsontwerp. (Figuur 4 op pagina 3.)

Hoe gaan mbo scholen met de uitdagingen om?

Mbo organisaties hebben reeds veel inspanningen geleverd om antwoorden te geven op de diverse uitdagingen. Hieronder volgt een geprioriteerde lijst van de genomen maatregelen, te beginnen met de meest genoemde.

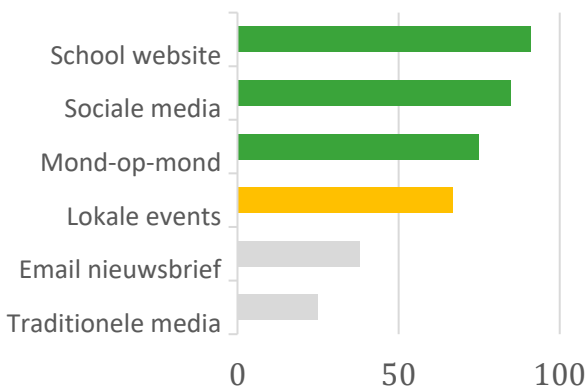
- Onderwijs afstemmen op de behoeften van de snel veranderende arbeidsmarkt.
- Studenten motiveren en ondersteunen.
- De leeromgeving (technologie, uitrusting, omgeving) moderniseren.
- Vaardigheden en pedagogische kennis van leraren ontwikkelen.
- Partnerschappen en samenwerking met bedrijven versterken.
- Flexibele studiemogelijkheden bieden voor diverse ondersteuningsbehoeften.
- Middelen veiligstellen en VET-bewustzijn vergroten.
- Risicostudenten ondersteunen.



Figuur 4 De kwesties die respondenten hebben genoemd als de grootste uitdagingen voor het mbo. Hoe groter de cirkel, hoe vaker de uitdaging werd genoemd in de antwoorden.

Gebruik hedendaagse media

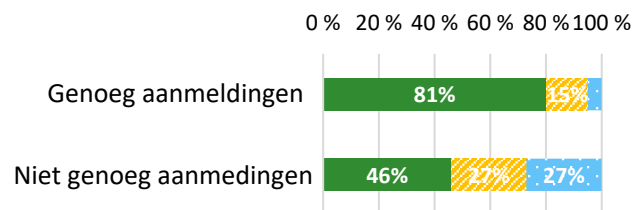
Organisaties gebruiken voornamelijk websites en sociale media om mbo-opleidingen te promoten. Mond-op-mondreclame is ook belangrijk, vooral in Italië. In Duitsland zijn sociale media niet zo populair als in andere landen, hoewel ze op een gedeelde tweede plaats kwamen met mond-op-mondreclame. Traditionele media en e-mail nieuwsbrieven werden minder vaak gebruikt.



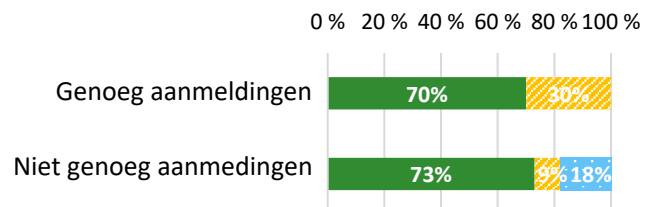
Figuur 5 De meest gebruikte publieke communicatie kanalen

Mediagebruik en aantrekkelijkheid van de school

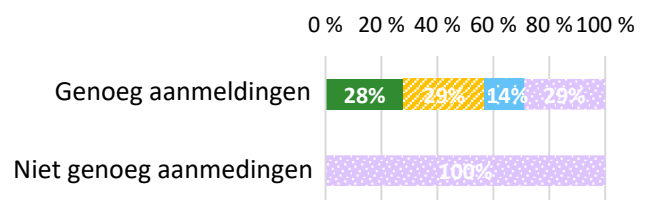
Scholen met voldoende nieuwe aanmeldingen maken meer gebruik van sociale media, gebruiken hun eigen websites actief en verspreiden het nieuws ook via mond-op-mondreclame. Aantrekkelijke scholen gebruiken meerdere communicatie-kanalen en de meeste medewerkers zijn zich bewust van het belang van communicatie. De veronderstelling is dat de communicatie op aantrekkelijke scholen beter georganiseerd en doordacht is. Het actieve gebruik van verschillende communicatiemiddelen, vooral sociale media, leek samen te hangen met het aantal studenten dat naar de instelling komt.



Figuur 6 Social media gebruik.



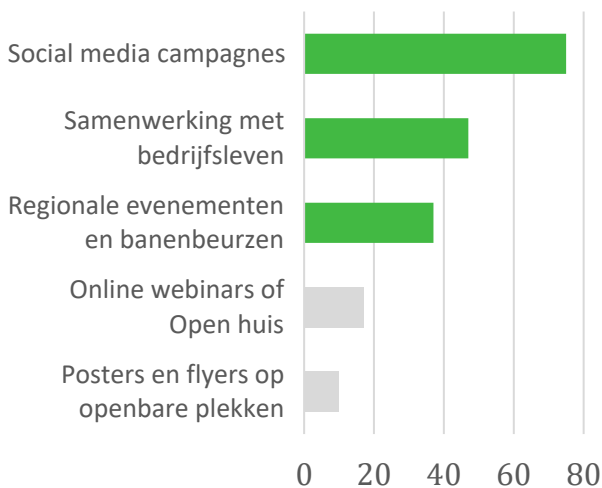
Figuur 7 Gebruik van de school website.



Figuur 8 Gebruik van andere communicatie middelen.

Promotie van het mbo

In alle landen werden campagnes via sociale media over het algemeen beschouwd als de meest effectieve manier om het mbo in hun eigen regio te promoten. In de top 3 stonden ook “samenwerking met lokale bedrijven” en “regionale evenementen en banenbeurzen”. Er waren wel uitzonderingen. Grootste uitzondering: in Italië zijn posters en folders de op twee na populairste methode.



Figuur 9 Uitkomsten m.b.t. de meest effectieve om het mbo te promoten.

Voorbeelden van mbo promotie

De beste manieren om het mbo onder de aandacht van het publiek te brengen zijn:

- Succesverhalen en testimonials
- Live demonstraties
- Online skills videos met voorbeelden

De belangrijkste uitzondering hierop was Griekenland, waar artikelen in de lokale media de op twee na populairste methode waren.

De beste manier om het mbo imago op een positieve manier te beïnvloeden

In de open vragen waren de belangrijkste suggesties voor het verbeteren van de aantrekkelijkheid van het mbo het versterken:

- Zichtbaarheid en voordelen van onderwijs.
- Sociale status en waarde van het mbo
- Samenwerking met het bedrijfsleven en het beroepsleven.
- Modernisering van onderwijs en curriculum.

De verschillende kant-en-klare suggesties die werden gegeven om de aantrekkelijkheid van het mbo te beïnvloeden, werden allemaal breed gesteund. Meer dan 70% van alle respondenten was het eens of gedeeltelijk eens met de stellingen. (De kant-en-klare suggesties waren: Effectieve voorlichtingscampagnes over de voordelen van het mbo, de sociale waarde van praktijkberoepen vergroten, carrière-mogelijkheden onder de aandacht brengen, de samenwerking tussen het mbo en de arbeidsmarkt verbeteren, Nieuwe technologieën en onderwijsmethoden introduceren, Internationale samenwerking en studentenuitwisselingen vergroten).

Het grootste verschil was de steun van Duitsland voor de voorstellen m.b.t. nieuwe technologieën en onderwijs-methoden en voor meer internationale samenwerking en studenten uitwisselingen. Die lag ver onder het gemiddelde.

Boodschappen uit de enquête

De volgende inzichten zijn verkregen uit de open vragen, waarin de belangrijkste suggesties en aandachtspunten voor het verbeteren van het mbo naar voren komen.

Over het algemeen gaven de respondenten aan dat er meer financiering, strategische planning en publieke zichtbaarheid nodig is voor de ontwikkeling van het mbo. Dit moet beter worden afgestemd op de behoeften van de beroepsbevolking en de internationale mobiliteit van studenten moet worden ondersteund.

- Duitsland benadrukt de behoefte aan bedrijfsgericht beroepsonderwijs.
- Italië benadrukt het belang van de sociale vaardigheden van het personeel en het bevorderen van internat. studentenuitwisselingen
- Griekenland en Finland vragen om extra financiering en investeringen in opleidingsmateriaal.
- Griekenland uitte zijn bezorgdheid over het welzijn van studenten, vooral in de toeristische sector.
- Nederland en andere landen; de noodzaak om de houding van het publiek t.o.v het beroepsonderwijs te verbeteren.
- Nederland; verandering van de manier waarop het publiek praktische vaardigheden waardeert.

Overlappende uitkomsten

De online-enquête bevestigde de resultaten van de eerder in het project uitgevoerde deskresearch. **Beide onderzoeken geven aan dat de volgende factoren het profiel en de aantrekkelijkheid van het beroepsonderwijs te verhogen:**

- Nauwe banden tussen het mbo en het beroepsleven.
- Sociale waardering van vaardigheden en het mbo in de samenleving.
- Voldoende middelen en administratieve en politieke steun voor het mbo.
- Praktisch leren door te doen.
- Up to date en hoge kwaliteit van beroepsonderwijs en en competenties van docenten.
- Toegankelijkheid van het Hoger beroepsonderwijs voor mbo-ers.

Opleiden van docenten

O.b.v. de antwoorden lijken de belangrijkste gebieden voor lerarenopleidingen te zijn:

- Arbeidsmarktintegratie en koppeling met het beroepsleven.
- Nieuwe technologieën en digitale hulpmiddelen.
- Innovatieve onderwijsmethoden om tegemoet te komen aan individuele ondersteuningsbehoeften.
- Taalbewustzijn en culturele sensibiliteit.
- Milieuvaardigheden en duurzaamheid.
- Verbetering van de motivatie van studenten en het aanleren van soft skills.



Figuur 10 De word cloud met de aandachtsgebieden voor de lerarenopleidingen

Inzichten voor toekomstig mbo

Deze studie heeft veel waardevolle informatie opgeleverd. We kunnen deze resultaten gebruiken als uitgangspunt voor verdere ontwikkeling, als bron van ideeën en om verschillende opties te evalueren en te valideren. Deze perspectieven kunnen ons helpen om het beroepsonderwijs aantrekkelijker te maken.

Anne-Mari Tornberg, VAMK Muova, 2024