



**Aan ouders geleerd, door jongeren gedaan**

-

allochtone ouders betrekken bij een keuze voor techniek

**Analyse en handreiking**

## Colofon

'Aan ouders geleerd, door jongeren gedaan' is een uitgave van  
Stichting Platform Islamitische Organisaties Rijnmond

Vervaardigd in opdracht van TechniekTalent.nu

Eerste editie, juni 2013

Auteurs: F.Z. Lachhab & M.H. Vorthoren

Stichting Platform Islamitische Organisaties Rijnmond

*Bezoekadres:* Teilingerstraat 122  
3032 AW Rotterdam

*Postadres:* Postbus 3031  
3003 AW Rotterdam

*Tel.:* 010-4666989

*Fax:* 010-4666279

*Website:* [www.spior.nl](http://www.spior.nl)

*Facebook:* <https://www.facebook.com/SPIOR>

*E-mail:* [info@spior.nl](mailto:info@spior.nl)

## **SPIOR**

SPIOR staat voor Stichting Platform Islamitische Organisaties Rijnmond en werd opgericht in 1988. Destijds gebeurde dat op initiatief van 16 moskeeën in Rotterdam met als doel om de gemeenschappelijke belangen te vertegenwoordigen, wat zich toen met name richtte op huisvesting van moskeeën. SPIOR is inmiddels uitgegroeid tot de koepelorganisatie van ruim 65 aangesloten organisaties in de regio Rotterdam-Rijnmond. Daartoe behoort het merendeel van de moskeeën maar ongeveer 2/3<sup>e</sup> van de aangesloten organisaties zijn sociaal-culturele organisaties van algemenere aard, van 12 verschillende culturele achtergronden. De doelstelling van SPIOR is het bevorderen van maatschappelijke participatie. SPIOR laat zich in haar werk inspireren vanuit haar islamitische identiteit maar is qua doelstelling nadrukkelijk een maatschappelijke organisatie. SPIOR heeft een scala aan activiteiten ontwikkeld en uitgevoerd op de terreinen van onder meer onderwijs, werk, inburgering, maatschappelijke dialoog, discriminatie en emancipatie. Dit gebeurt vrijwel zonder uitzondering in samenwerking met andere maatschappelijke partners. SPIOR heeft door de jaren heen expertise opgebouwd op allerlei kwesties op het snijvlak van islam, moslims en de Nederlandse samenleving. Deze expertise wordt op eigen initiatief en op verzoek ingezet, waarmee de intermediaire functie tussen de achterban enerzijds en de overheid en maatschappelijke instellingen anderzijds gestalte krijgt. SPIOR is qua opbouw een regionale instelling. Door pionierswerk dat SPIOR heeft verricht op een aantal thema's en de daarmee opgebouwde expertise, verricht de organisatie op een aantal terreinen ook elders in Nederland werkzaamheden en wordt er ook op landelijk niveau en zelfs van tijd tot tijd op internationaal niveau een beroep gedaan op de organisatie.

## **TechniekTalent.nu**

TechniekTalent.nu is een uniek samenwerkingsverband van bedrijfsleven, opleidingsfondsen, koepelorganisaties en scholen. Met maar één doel: meer instroom en behoud van (jonge) mensen in de techniek. Er dreigt in de komende jaren een omvangrijk personeelstekort in de technische sector, omdat veel oudere werknemers met pensioen gaan. Het maatschappelijk belang van techniek is groot. Techniek is immers overal om ons heen. Daarom zou een tekort aan technische beroepskrachten niet alleen desastreus zijn voor het bedrijfsleven, maar ook maatschappelijke repercussies hebben. TechniekTalent.nu verbindt de verschillende partijen en ondersteunt ze waar mogelijk en nodig. Samen werken ze techniekbreed aan meer instroom en behoud van technisch talent, met aandacht voor een realistisch beeld van het technische beroep en werkveld.

## Inhoudsopgave

1. Introductie	p. 5	
2. Aanpak en werkwijze	p. 6	
2.1 Gebruik van het sturingsmodel 'Voor de verandering'	p. 6	
2.2 Toepassing van het model op het betrekken van allochtone ouders bij een keuze voor techniek	p. 6	
2.3 Werkwijze inventarisatie	p. 8	
3. Inventarisatie en analyse	p. 9	
3.1 De initiatiefnemers	p. 9	
3.2 De initiatieven	p. 9	
3.3 Analyse	p. 10	
4. Wat werkt, wat niet?	p. 14	
4.1 Do's & don'ts	p. 14	
4.2 Uitgelicht	p. 14	
4.3 Vertaling naar een handreiking	p. 15	
5. Handreiking	p. 16	
Bijlage I	Overzicht initiatieven	p. 23
Bijlage II	Voorbeeldformulier verslaglegging voorlichtingsbijeenkomsten	p. 39
Bijlage III	Sturingsmodel 'Voor de verandering'	p. 41
Bijlage IV	Meer lezen over studiekeuze en ouderbetrokkenheid	p. 47

## 1. Introductie

In deze tijd van economische recessie is er sprake van hoge jeugdwerkloosheid. Toch liggen er ook kansen voor de jeugd, met name in de technische sector. Daar bestaat reeds een tekort aan arbeidskrachten, dat in de komende jaren naar verwachting alleen maar verder zal toenemen. Desondanks oriënteren veel jongeren zich bij de keuze voor een opleiding of beroep niet op deze sector. Dit heeft te maken met onbekendheid maar ook met een negatief imago van het werk binnen deze sector. Dit geldt zeker voor tweede generatie jongeren van niet-westerse origine. Hun ouders hebben in de technische sector gewerkt, bijvoorbeeld in de haven, en daar vies en zwaar werk verricht. Dit beeld van de desbetreffende sector dragen zij over op hun kinderen en voor hen willen zij dergelijk werk niet. Intussen is de technische sector echter sterk veranderd en zijn er vele mogelijkheden voor een goede startpositie en verdere doorgroei.

Om instroom in technische opleidingen en beroepen te realiseren zijn er reeds verschillende initiatieven ontplooid om jongeren te informeren over de sector en hen te stimuleren hiervoor te kiezen. Deze initiatieven zijn veelal gericht op de jongeren zelf, waarbij soms slechts zijdelings ouders worden betrokken. Dit terwijl het beeld dat jongeren hebben van opleidingen en beroepen vaak sterk beïnvloed wordt door ouders, overige familieleden en 'opinion leaders' uit de gemeenschap. Dit geldt met name in allochtone gemeenschappen met een sterk collectief georiënteerde cultuur. Bovendien is de ouderbetrokkenheid bij de opleiding van hun kinderen voor deze groep ouders vaak beperkt. Zij *voelen* zich wel betrokken maar ontberen de kennis en de vaardigheden om hun kinderen adequaat te kunnen ondersteunen in hun studie- en beroepskeuze. Dit terwijl de betrokkenheid van ouders bij keuzemomenten van hun kinderen erg belangrijk is en de positieve invloed daarvan ervoor kan zorgen dat kinderen een bewustere keuze maken, wat onder andere de kans op schooluitval verkleint (zie bijlage IV).

Op grond hiervan zouden ouders in het bijzonder, maar ook overige familieleden en de bredere sociale omgeving, beter betrokken moeten zijn bij de studie- en beroepskeuze van kinderen. Hiertoe moet een actieve aanpak worden ontwikkeld, gericht op met name ouders binnen allochtone gemeenschappen, waarbij geleerd kan worden van eerdere ervaringen.

Tegen deze achtergrond heeft SPIOR in opdracht van TechniekTalent.nu een inventarisatie uitgevoerd naar activiteiten gericht op het betrekken van ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. Wat werkte wel en wat werkte niet? En welke activiteiten leidden tot succes binnen specifiek allochtone gemeenschappen? Op basis van de analyse en uitkomsten van dit overzicht van initiatieven is er een handreiking opgesteld voor concrete activiteiten gericht op het betrekken van allochtone ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen, specifiek gericht op studie- en beroepsmogelijkheden in de technische sector. Hierbij is gebruikt gemaakt van het sturingsmodel en de toolkit 'Voor de verandering', welke kort worden toegelicht in hoofdstuk 2 en uitgebreid in bijlage III. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van de inventarisatie en analyse weergegeven. In hoofdstuk 4 wordt aan de hand van de analyse een beschrijving gegeven van wat wel werkt en wat niet. In het laatste hoofdstuk volgt de hierop gebaseerde handreiking. Daarnaast zijn als bijlagen nog opgenomen het overzicht van de initiatieven, een voorbeeld verslagformulier voor voorlichtingsbijeenkomsten en een lijst met informatiebronnen over studiekeuze en ouderbetrokkenheid.

## 2. Aanpak en werkwijze

Om te komen tot een handreiking voor het betrekken van allochtone ouders bij een opleidings- en beroepskeuze voor techniek, is allereerst een inventarisatie gemaakt van 21 initiatieven die zich richten op de betrokkenheid van ouders bij studie- en beroepskeuze. In dit hoofdstuk volgt een korte beschrijving van de werkwijze bij de inventarisatie. De uitkomsten van de vergelijking van de initiatieven worden beschreven in het volgende hoofdstuk. Bij de analyse daarvan is gebruik gemaakt van het sturingsmodel 'Voor de verandering'. Dat model en een eerste vertaling ervan naar het thema van dit rapport worden daarom onderstaand eerst kort toegelicht. Voor een uitgebreidere toelichting op het model verwijzen we u naar bijlage III.

### 2.1 Gebruik van het sturingsmodel 'Voor de verandering'

Voor de analyse van de geïnventariseerde initiatieven alsmede het opstellen van de handreiking is gebruik gemaakt van het sturingsmodel 'Voor de verandering'. Het sturingsmodel en bijbehorende toolkit zijn in Rotterdam ontwikkeld door de gemeentelijke dienst Jeugd, Onderwijs en Samenleving (JOS), de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD Rotterdam-Rijnmond) en de maatschappelijke organisaties Dona Daria en SPIOR.

Veel maatschappelijke initiatieven hebben een bijstelling van houding, mentaliteit en/of gedrag als doel. Om dit te kunnen realiseren, is het goed bewust te zijn van de diverse aspecten die hierbij een rol spelen, welke aspecten beïnvloedbaar zijn, door welke actoren en welke middelen hiervoor het beste kunnen worden ingezet. Het genoemde model en de bijbehorende toolkit zijn ontwikkeld om hierin meer inzicht te bieden en handvatten aan te reiken hoe op diverse aspecten in te spelen. De basis ligt in het zogenoemde ASE-model, genoemd naar drie kernelementen die gedrag mede bepalen bij individuen: attitude, sociale invloed en 'self-efficacy' (eigen effectiviteitsverwachting, 'geloof in eigen kunnen'). Het model omvat verder het mesoniveau (van maatschappelijke organisaties en initiatieven) en het macroniveau (van overheidsbeleid). Op het mesoniveau worden drie fases onderscheiden: agendering en bewustwording, gedragsverandering en gedragsbehoud. Het volledige model wordt in bijlage III nader toegelicht.

Ook bij het vergroten van bekendheid en het bevorderen van een positief beeld van opleiding en beroepen in de techniek en daarmee het bevorderen van een keuze voor deze sector, is sprake van inzet op een mentaliteits- en gedragsverandering. Zodoende is het model ook voor deze analyse en de handreiking geschikt om te hanteren.

### 2.2 Toepassing van het model op het betrekken van allochtone ouders bij een keuze voor techniek

Wanneer we het sturingsmodel gebruiken om toe te passen op het onderhavige onderwerp, komt een aantal punten naar voren. Het gewenste gedrag ligt primair bij jongeren zelf, met andere woorden: zij zijn in feite de directe doelgroep wanneer het gaat om een keuze voor studie en werk in de techniek te bevorderen. Voor de directe beïnvloeding van hun gedrag zijn reeds diverse initiatieven ontwikkeld, met name gericht op het element attitude (kennis hebben van de mogelijkheden, ontwikkelen van een positieve houding). Daarbij is geconstateerd dat de sociale invloed van ouders, overige familieleden en bredere omgeving (gemeenschap) ook een factor van belang is. Het valt te verwachten dat dit nog sterker geldt voor allochtone jongeren, omdat zij a) uit een meer collectief georiënteerde cultuur komen en de mening van ouders en anderen uit de familie en gemeenschap daarin zwaarder meewegen in de eigen besluitvorming en b) omdat veel allochtone ouders een negatieve attitude ten opzichte van techniek hebben als studie- en beroepskeuze voor hun kind. Zoals in de inleiding is uitgelegd, heeft dit sterk te maken met de geschiedenis van de ouders zelf (of bijvoorbeeld grootouders of andere familieleden): velen van hen hebben juist als arbeidsmigranten laaggeschoold, vaak zwaar werk verricht in de techniek. Men heeft dat gedaan met het doel om vooral een betere situatie te realiseren voor de volgende generatie, voor hun kinderen en kleinkinderen. Bij een betere situatie denkt men dan in het algemeen aan hoger geschoold werk,

niet 'met de handen'. Inzetten op het betrekken van allochtone ouders bij het bevorderen van een keuze voor techniek door allochtone jongeren is dus een keuze voor beïnvloeding van het element 'sociale invloed' in het ASE-model wanneer ingevuld voor allochtone jongeren als doelgroep.

Na het maken van deze keuze kan het ASE-model en ook het mesoniveau van maatschappelijke organisaties van het sturingsmodel worden ingevuld voor deze groep ouders<sup>1</sup> om te bepalen op welke elementen het beste kan worden ingezet en vervolgens welke middelen hiervoor geschikt zijn. Om te beginnen op het mesoniveau, kan gesteld worden dat voor een deel van de ouders het nog nodig is ze eerst bewust te maken van het belang van het onderwerp, dat wil zeggen: vooral het belang van hun actieve betrokkenheid bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. Omdat dit geen gevoelig of taboe-onderwerp betreft, hoeft deze fase in dit geval niet veel tijd te vergen. Bovendien wordt agendering en bewustwording binnen het sturingsmodel vooral gelieerd aan inzet op attitude op micro-niveau. Dit betekent dat in de praktijk in interventies op dit thema inzet op agendering samen kan gaan met inzet op gedragsverandering ten gunste van een keuze voor techniek. Nader vertaald naar het microniveau is het goed te bezien van welke elementen het meeste effect is te verwachten en welke aspecten het beste door interventies op groepsniveau te beïnvloeden zijn. Volgens de kennis van SPIOR van de doelgroep is dat hoofdzakelijk op drie elementen:

- a. Attitude: vergroten kennis van ouders over de mogelijkheden in de techniek en veranderen houding t.o.v. werk in de techniek naar positief beeld
- b. Sociale invloed: het beeld van ouders wordt op zijn beurt ook weer gevormd door de invloed van de sociale omgeving – omdat de omgeving werken in de techniek niet hoog waardeert, wil men dat ook niet voor de kinderen, het heeft geen 'status'
- c. Competenties: vergroten van vaardigheden van ouders, het aanreiken van handvatten, om hun kinderen daadwerkelijk terzijde te staan bij studie- en beroepskeuze, ook voor techniek

Hierbij kan worden opgemerkt dat met name de elementen attitude en sociale invloed het meest betrekking hebben op specifiek het bevorderen van een keuze voor techniek. Competenties hebben meer te maken met het in het algemeen kunnen ondersteunen van kinderen bij hun studie- en beroepskeuze. We concentreren ons hier daarom op de eerste twee elementen.

Om deze elementen te beïnvloeden in de gewenste richting, liggen de volgende interventies het meest voor de hand:

Ad a. Het geven van voorlichting over de mogelijkheden in de techniek, wat het werk binnen dit brede terrein kan inhouden en ook wat de arbeidsvoorwaarden zijn (zwaarte, omstandigheden, inkomen, kans op werk). Ervaring met de doelgroep leert dat het hierbij aanbeveling verdient 1) niet alleen schriftelijke, maar vooral ook mondelinge informatie aan te bieden en 2) bij voorkeur niet alleen een 'droge' voorlichting te geven, maar ouders ook iets aan den lijve te laten ondervinden, te laten zien, van de mogelijkheden, bijvoorbeeld door excursies naar bedrijven. Andere elementen die hierbij in ogenschouw dienen te worden genomen zijn: rekening te houden met de taal die het meest laagdrempelig is voor de ouders (dat is nog niet altijd het Nederlands), met de plaats waar voorlichting wordt gegeven (vertrouwde omgeving) en met degene die de informatie overdraagt, de boodschapper. Hierover meer bij het volgende punt. Een specifiek punt van aandacht bij 'attitude' is het beeld van werken in de techniek als 'mannelijk' beroep. Binnen deze doelgroep bestaan vaak sterk traditionele opvattingen over 'mannelijke' en 'vrouwelijke' beroepen en techniek wordt in het algemeen niet gezien als geschikt voor meisjes. Dit kan met name worden bijgesteld door ouders

---

<sup>1</sup> Dat kan uiteraard ook voor het macroniveau, dat betrekking heeft op het overheidsbeleid. Daar wordt hier niet nader op ingegaan omdat de vraag hier vooral aan de orde is welke inzet vanuit maatschappelijke organisaties als TechniekTalent.nu en mogelijke partners kan worden geleverd om ouders te betrekken. Dit zou bijvoorbeeld kunnen leiden tot signalen richting de overheid dat het belangrijk is de thematiek hoger op de agenda te plaatsen of te kiezen voor andere sturingsinstrumenten.

kennis te laten maken met vrouwen die in de techniek werken, bij voorkeur ook nog vrouwen met een zelfde achtergrond, zodat men zich er optimaal mee kan identificeren.

Ad b. Het betrekken van sleutelfiguren uit de betreffende gemeenschap. Wanneer zij een positief beeld overbrengen van werken in de techniek en de mogelijkheden voor jongeren daarin, heeft dat impact op de attitude van leden van de gemeenschap. Ook door het betrekken van 'ambassadeurs' uit de techniek met dezelfde culturele achtergrond, als geslaagde voorbeelden, kan dit positief beïnvloed worden.

### *2.3 Werkwijze inventarisatie*

De inventarisatie is uitgevoerd naar initiatieven vanuit maatschappelijke organisaties, (lokale) overheden, onderwijsinstellingen en bedrijfsleven in Nederland om ouders te betrekken bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. In de inventarisatie is primair aandacht besteed aan initiatieven gericht op de toeleiding naar opleidingen en beroepen in de techniek en gericht op het betrekken van allochtone ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. Maar om een breed inzicht te krijgen in wat werkt en wat niet bij het betrekken van de ouders, zijn ook initiatieven gericht op andere beroepssectoren, dan wel breder gericht op ouderbetrokkenheid bij de studie- en beroepskeuze van kinderen, opgenomen in de inventarisatie. De in kaart gebrachte initiatieven zijn deels reeds afgerond, deels lopen ze nog. In de inventarisatie is ernaar gestreefd een diversiteit aan initiatieven in kaart te brengen, wat uiteindelijk heeft geresulteerd in een overzicht van 21 initiatieven.

Om een steekhoudende analyse uit te kunnen voeren is getracht voor alle initiatieven vergelijkbare informatie te vergaren aan de hand van een vooraf opgestelde vragenlijst. Onderwerpen die hierin aan de orde kwamen, hebben betrekking op de doelgroep en de wijze van benadering, de inhoud van de activiteit(en) en de randvoorwaarden, het uiteindelijke bereik en de resultaten. De vragenlijsten zijn per gevonden initiatief ingevuld op basis van beschikbare informatie vanuit schriftelijke bronnen en daar waar mogelijk aangevuld door informatie (telefonisch) verkregen van betrokkenen. Het is niet in alle gevallen mogelijk gebleken om alle informatie te verzamelen. Deels komt dit voort uit een samenloop van omstandigheden: betrokkenen werken niet meer bij de desbetreffende organisatie die de activiteit heeft opgezet en uitgevoerd, er zijn geen volledige contactgegevens te vinden voor het doen van navraag over een gevonden initiatief op het internet of contactpersonen waren niet bereikbaar. Daarnaast hebben wij ervaren dat er bij initiatiefnemers of uitvoerders soms enige terughoudendheid is in het vrijgeven van informatie. Ook is opgemerkt dat er soms sociaal wenselijke antwoorden worden gegeven, met name met betrekking tot het bereik (doelgroep) en de uiteindelijke resultaten.

In het volgende hoofdstuk vindt u een analyse van de 21 initiatieven die in kaart zijn gebracht. Voor het volledige overzicht van de initiatieven raadpleegt u bijlage I. Bij de analyse is gebruik gemaakt van het hierboven toegelichte sturingsmodel en de toolkit 'Voor de verandering'.

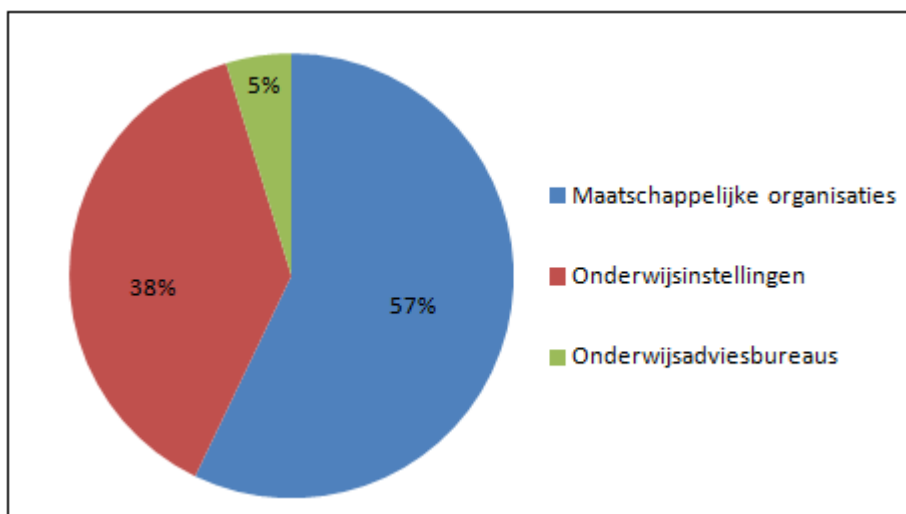


### 3. Inventarisatie en analyse

In dit hoofdstuk volgt een beschrijving van de uitkomsten van de inventarisatie naar bestaande initiatieven gericht op het vergroten van ouderbetrokkenheid bij studie- en beroepskeuze en de analyse op inhoud, bereik en resultaat. De eerste paragrafen bevatten een korte beschrijving van de initiatiefnemers en het type activiteiten dat is uitgezet. In de derde paragraaf wordt de analyse weergegeven, gebaseerd op het sturingsmodel en de toolkit 'Voor de verandering'.

#### 3.1 De initiatiefnemers

De activiteiten gericht op het betrekken van ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen zijn op initiatief van verschillende partijen opgezet en uitgevoerd. Het grootste deel van de projecten is geïnitieerd door maatschappelijke organisaties: 12 non-profit organisaties zetten zich op verschillende manieren in om ouderbetrokkenheid te vergroten. De meeste van hen werken hierin samen met andere organisaties, scholen en bedrijven om een zo breed mogelijk draagvlak te creëren en ervoor te zorgen dat de informatie naar de ouders toe zo volledig mogelijk is. Ook onderwijsinstellingen nemen vaak het initiatief om ouders van leerlingen beter te betrekken bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. In de inventarisatie zijn in totaal 8 activiteiten opgenomen geïnitieerd door basisscholen, middelbare scholen, ROC's, HBO's en universiteiten. In veel gevallen is er sprake van samenwerkingsverbanden tussen verscheidene scholen, aan de school verbonden ouderbetrokkenheidscommissies en met bedrijven en instellingen. Tot slot is een van de 21 projecten ontstaan uit een samenwerkingsverband tussen drie onderwijsadviesbureaus. In figuur 1 is de verdeling van initiatiefnemers in procenten weergegeven.



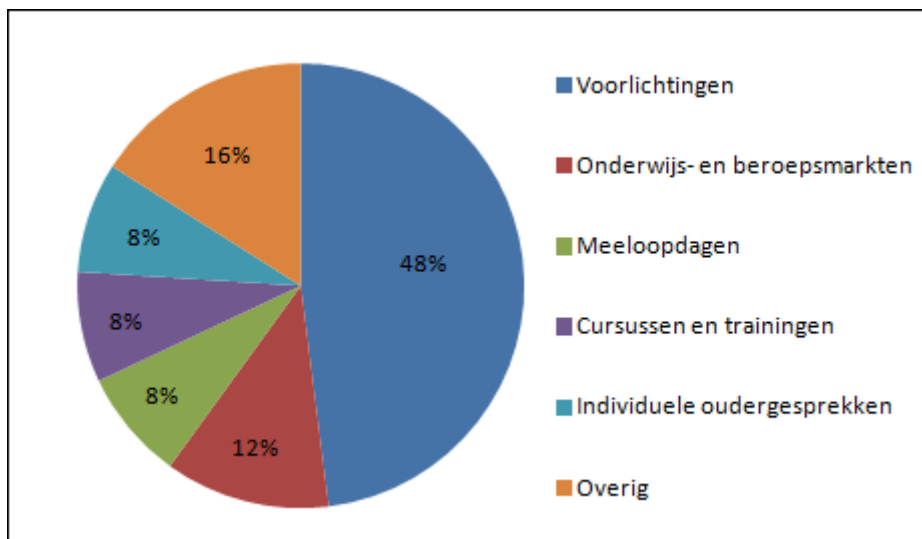
Figuur 1: verdeling partijen initiatiefnemers (percentages, op basis van 21 initiatieven)

#### 3.2 De initiatieven

De initiatieven die in kaart zijn gebracht behelzen verschillende activiteiten: voorlichtingen, individuele gesprekken met ouders, beroepenmarkten en speeddates met studenten en werknemers zijn hiervan voorbeelden. In sommige projecten is er sprake van een combinatie van verschillende activiteiten, andere projecten worden vormgegeven door een, soms grootschalige, activiteit.

In 12 projecten wordt er gebruik gemaakt van voorlichtingen over studie- en beroepskeuze voor ouders. Deze voorlichtingen zijn verschillend van aard en insteek. Sommige voorlichtingen zijn gericht op het belang van ouderbetrokkenheid bij keuzemomenten van kinderen in het algemeen, terwijl andere voorlichtingen worden gegeven in de vorm van thema-avonden waarin specifieke opleidingen en/of beroepen worden belicht. De voorlichtingen worden gegeven door docenten, actoren betrokken bij zelforganisaties, door leerlingen zelf, studenten, externen of rolmodellen uit het

beroepenveld. In twee projecten wordt een extra dimensie aan de voorlichting gegeven: ouders krijgen concrete handvatten aangeboden tijdens een training en volgen een langere cursus, bestaande uit vier delen. Bij twee initiatieven wordt ingezet op individuele oudergesprekken (naast algemene voorlichting en/of andere activiteiten). Twee initiatieven richten zich op een brede oriëntatie op opleidingen, sectoren en beroepen en interactiviteit middels het inzetten van een onderwijs- en beroepenmarkt voor studie- en beroepskiezers en hun ouders. Tijdens dergelijke markten krijgen aanwezigen een breed scala aan mogelijkheden te zien en maken zij op een interactieve manier, door mee te doen aan proefjes en dergelijke, kennis met de mogelijkheden. Een jaarlijks terugkerend evenement van een van de initiatiefnemers opereert ook vanuit deze hoek: tijdens speciale meeloopdagen krijgen studiekiezers en hun ouders de kans om daadwerkelijk een kijkje te nemen in specifieke sectoren en bedrijven. Ook andere activiteiten van initiatiefnemers hebben een dergelijke interactieve component. Zo richt een project zich op mentoring, waarbij jongeren samen met hun ouders intensief worden begeleid om een keuze te maken. Ook wordt er in projecten gebruik gemaakt van speeddating met bijvoorbeeld rolmodellen uit het beroepenveld en krijgen ouders de mogelijkheid om samen met hun kinderen studie- en beroepskeuzetesten te doen op de computer. Daarnaast betreft de activiteit van een van de initiatiefnemers een voorlichting en rondleiding op locatie. In figuur 2 ziet u een verdeling naar soort activiteit, waarbij de laatst genoemde activiteiten vallen onder de term 'overig'. Daar enkele initiatieven bestaan uit een combinatie van meerdere activiteiten is in de figuur een totaal van 25 activiteiten opgenomen.



*Figuur 2: verdeling naar soort activiteit (percentages, op basis van 25 activiteiten)*

### 3.3 Analyse

In het Rotterdamse model 'Voor de verandering' worden op mesoniveau drie fases onderscheiden. In fase 1 worden activiteiten ontwikkeld en uitgezet gericht op agendering en bewustwording. Dit vormt de voedingsbodem voor activiteiten gericht op gedragsverandering (fase 2). In fase 3, wanneer gedragsverandering heeft plaatsgehad, gaat het erom activiteiten te ontplooiën om deze verandering in gedrag vast te houden. Op het niveau van de doelgroep (microniveau) hebben deze fases betrekking op de determinanten die gedragsverandering mogelijk kunnen maken of belemmeren. Voor een uitgebreidere uitleg van dit model raadpleegt u bijlage III. De initiatieven die geïnventariseerd zijn, zetten vrijwel allemaal in op agendering en bewustwording van het thema of gedragsverandering, dan wel op een combinatie van beide fases. Slechts een initiatief zet in op fase 3: gedragsbehoud.

### *De activiteiten*

Initiatiefnemers organiseren voorlichtingsbijeenkomsten, seminars, onderwijs- en beroepenmarkten, individuele oudergesprekken, meeloopdagen, studie- en beroepsoriëntatie via programma's op de computer en speeddates met rolmodellen om het belang van ouderbetrokkenheid bij keuzeprocessen van hun kinderen te agenderen en ouders hier bewust van te maken. Ook worden cursussen en trainingen ingezet om daadwerkelijk gedragsverandering te bewerkstellingen gericht op het bevorderen van ondersteuning van ouders bij keuzemomenten van hun kinderen en dit gedrag te behouden.

Specifieke doelen van deze activiteiten zijn dan ook:

- Het vergroten van kennis bij ouders over het Nederlands onderwijssysteem en de studie- en beroepsmogelijkheden voor hun kinderen. (*attitude*)
- Het verbreden van het beeld van ouders over de mogelijkheden op de arbeidsmarkt teneinde de houding van ouders tegenover specifieke sectoren positief te beïnvloeden. (*attitude*)
- Ouders bewuster maken van hun rol als (loopbaan)begeleider van hun kinderen. (*attitude*)
- Ondersteuning door ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen bevorderen door hiertoe concrete handvatten aan te bieden. (*competenties*)

Om deze doelen te bereiken hebben initiatiefnemers hun doelgroep bepaald: ouders van studiekeziers in het algemeen of allochtone ouders dan wel specifiek ouders van Turkse en Marokkaanse afkomst. Tevens zijn er verschillende benaderingswijzen gekozen om een zo hoog mogelijke opkomst te bewerkstellingen. Benaderingswijzen die hiertoe zijn ingezet zijn het versturen van een uitnodigingsbrief, het persoonlijk uitnodigen van ouders door scholen/decanen/docenten/ouderconsulenten, het persoonlijk uitnodigen van ouders door sleutelfiguren uit specifieke gemeenschappen, gebruik van promotiemateriaal (flyers) en (lokale) media-aandacht.

### *Bereik en resultaat*

Het bereik en het uiteindelijke resultaat van de activiteiten hangen nauw samen met de inhoud van de activiteit, maar ook met de wervingsstrategie en de vorm van de activiteit. Daarnaast geldt dat bereik en resultaat van een inhoudelijk identieke activiteit per doelgroep kunnen verschillen, afhankelijk van de manier van werven en de manier waarop de activiteit is vormgegeven. Bij de geïnventariseerde initiatieven zijn de effecten niet expliciet gemeten. Slechts bij 5 van de 21 genoemde initiatieven is of wordt daadwerkelijk gebruik gemaakt van een meetinstrument zoals een schriftelijke enquête of mondelinge evaluatie met de doelgroep. Bij de overige initiatieven is niet duidelijk wat de daadwerkelijke effecten zijn, omdat deze effecten niet gemeten zijn. Wel worden er effecten genoemd gebaseerd op het bereik of op positieve reacties van aanwezigen. Bij enkele initiatieven worden daarnaast de *verwachte* effecten van het initiatief genoemd.

Hieronder wordt met het oog op bovenstaande aspecten kort een weergave gegeven van de behaalde successen en de randvoorwaarden. Voor gedetailleerdere informatie per initiatief of soort activiteit m.b.t. bereik en resultaat raadpleegt u het overzicht van initiatieven in bijlage I.

### *Werving*

De opkomst van ouders bij activiteiten gericht op ouderbetrokkenheid bij studie- en beroepskeuze is het grootst wanneer de initiatiefnemer kiest voor een persoonlijke benadering. Bij persoonlijke benadering via scholen, d.w.z. via decanen, docenten of ouderconsulenten, geldt dat initiatieven met een bredere doelgroep echter voornamelijk autochtone ouders trekken, tenzij de activiteiten verplicht worden gesteld. In sommige gevallen is de opkomst onder allochtone ouders hoog, maar dit is dan voornamelijk te verklaren door de hoge concentratie allochtonen in een bepaalde wijk. Daar waar initiatieven zich richten op specifieke doelgroepen, in dit geval ouders met een niet-westerse

achtergrond of specifiek ouders van Marokkaanse en Turkse origine, werkt een persoonlijke benadering. Zij worden dan benaderd door sleutelfiguren binnen hun eigen gemeenschap, bijvoorbeeld door mensen verbonden aan de vrijwilligersorganisaties waar deze ouders geregeld komen.

#### *Type activiteiten*

Activiteiten die het beste resultaat opleveren, hebben een juiste verhouding tussen het overbrengen van abstracte informatie en tastbare informatie, interactiviteit en persoonlijke aandacht. Met tastbare informatie wordt concrete informatie-overdracht bedoeld tijdens bijvoorbeeld studie- en beroepenmarkten en meeloopdagen: ouders krijgen daadwerkelijk een beeld bij de (eerder overgebrachte) abstracte informatie over de studie- en beroepsmogelijkheden. Interactiviteit heeft betrekking op de mogelijkheid voor ouders tot het stellen van vragen, het geven van hun eigen mening en het discussiëren over bijvoorbeeld stellingen en opvattingen. Ook activiteiten die worden uitgevoerd door actoren die niet verbonden zijn aan de uitvoerende instantie zelf maar wel verbonden zijn aan de studies of beroepen die tijdens een voorlichting worden besproken, leveren goede resultaten op. Voorbeelden hiervan zijn het inzetten van studenten ICT bij een voorlichting over studiemogelijkheden in die branche of het laten speeddaten van ouders met werknemers uit de zorg en techniek om voorlichting te geven over deze sectoren.

Ouders die reeds over voldoende informatie over het Nederlands onderwijssysteem en de studie- en beroepsmogelijkheden voor hun kinderen beschikken en zich bewust zijn van het belang van ouderbetrokkenheid, ontberen vaak de vaardigheden om hun kinderen daadwerkelijk te begeleiden. Initiatieven die zich richten op daadwerkelijke gedragsverandering, d.w.z. ouders bewegen hun kinderen te begeleiden tijdens keuzeprocessen, leveren eveneens het beste resultaat wanneer er een goede verhouding is tussen informatie overdracht, interactiviteit en persoonlijke aandacht. Voorbeelden hiervan zijn seminars en trainingen met verscheidene onderdelen waarbij enerzijds theorie wordt behandeld en ouders anderzijds de mogelijkheid krijgen te oefenen met concrete vaardigheden.

Met betrekking tot ouders die zich bewust zijn van het belang van ouderbetrokkenheid en de juiste vaardigheden hebben om hun kinderen te begeleiden, is het belangrijk dat dit gedrag in stand wordt gehouden. Het initiatief dat gericht is op gedragsbehoud levert goede resultaten op omdat ouders actief worden betrokken bij de uitvoering van activiteiten, in dit geval speeddates met studiekeuzers, op de school. Hiermee dragen zij daadwerkelijk iets bij aan het keuzeproces van hun eigen en andermans kinderen.

Bij initiatieven die voldoen aan de genoemde aspecten zijn de resultaten, zowel voor initiatieven met inzet op agendering en bewustwording alsmede voor die met inzet op gedragsverandering en gedragsbehoud, positief. Ouders (en hun kinderen) zijn breder geïnformeerd over de studie- en beroepsmogelijkheden, zij hebben zich d.m.v. activiteiten gericht op specifieke studies, sectoren of beroepen hierover een positiever beeld gevormd en zijn zich bewuster geworden van hun eigen rol als begeleider van hun kinderen. Tevens zijn zij beter in staat om hun kinderen daadwerkelijk te begeleiden in hun keuzeproces.

#### *Succesfactoren bij allochtone ouders*

Bij deze resultaten moeten echter wel enkele kanttekeningen worden geplaatst. De genoemde resultaten gelden onder de allochtone doelgroep slechts wanneer voldaan is aan enkele randvoorwaarden. Zo beheersen nog veel allochtone ouders de Nederlandse taal in beperkte mate en gaat bij reguliere voorlichtingen het grootste deel van de informatie langs hen heen. Indien de voorlichting (gedeeltelijk) gegeven wordt in de eigen taal, krijgen de ouders alle informatie mee en zijn zij daadwerkelijk goed geïnformeerd. Ook is de inzet van rolmodellen met eenzelfde achtergrond als de ouders een succesfactor, met name wanneer het gaat om het positief beïnvloeden van

houdingen van ouders tegenover specifieke sectoren. Een voorbeeld hiervan is het initiatief 'Spiegelbeeld': meisjes van Turkse origine en hun ouders gingen op speeddate met vrouwen die studeren of werkzaam zijn in de bèta-sectoren, techniek of ICT. Alle drie zijn dit sectoren waarmee deze ouders slechte ervaringen hebben of die worden gezien als niet geschikt voor vrouwen. In gesprek met vrouwen met eenzelfde achtergrond met wie zij zich kunnen identificeren staan zij eerder open voor het veranderen van hun houding tegenover deze specifieke sectoren. Tot slot speelt hierbij ook de gekozen locatie een rol: wanneer activiteiten georganiseerd worden in voor de doelgroep herkenbare en vertrouwde locaties, zoals een wijkgebouw of een locatie behorend bij een moskee of bekende stichting waar zij gewoon zijn te komen, is het bereik groter en voelt de doelgroep zich vrijer om actief mee te doen en vragen te stellen.

#### 4. Wat werkt, wat niet?

Er bestaat een scala aan initiatieven en projecten gericht op het betrekken van ouders bij de studie- en beroepskeuze van hun kinderen. Sommige van deze initiatieven zijn gericht op specifieke opleidingen en sectoren terwijl andere initiatieven breed van aard zijn. Initiatieven zetten voornamelijk in op agendering en bewustwording en op gedragsverandering.

##### 4.1 Do's & don'ts

Wat **goed** werkt, blijktens de geanalyseerde initiatieven:

- Voor een groot bereik onder ouders werkt het goed om hen persoonlijk te benaderen voor deelname aan een activiteit.
- Voor een groot bereik onder ouders met een niet-westerse achtergrond, werkt het goed om samen te werken met sleutelfiguren uit de gemeenschap.
- Het werkt goed om voorlichting aan te vullen met het aanbieden van bijvoorbeeld meeloopdagen, studie- en beroepenmarkten en seminars en trainingen, om de informatie tastbaar te maken voor ouders en hen concrete handvatten aan te bieden.
- Specifiek voor ouders met een niet-westerse achtergrond is het wenselijk om bij activiteiten rolmodellen met eenzelfde achtergrond te betrekken, waarmee zij zich kunnen identificeren.
- Bij met name onderwijsinstellingen is het aan te raden om voor de uitvoering van een activiteit actoren in te zetten die niet direct verbonden zijn aan de initiatiefnemer, zoals werknemers uit het beroepenveld.
- Specifiek voor ouders met een niet-westerse achtergrond werkt het goed als de informatieoverdracht (gedeeltelijk) geschiedt in de eigen taal.
- Het werkt goed als activiteiten voor ouders met een niet-westerse achtergrond worden georganiseerd op een voor hen vertrouwde en laagdrempelige locatie.

Wat **niet goed** werkt, blijktens de geanalyseerde initiatieven:

- In de benadering van ouders met een niet-westerse achtergrond is het niet verstandig om dit (alleen) schriftelijk te doen.
- Het is niet raadzaam om ouders slechts abstracte informatie, d.w.z. informatie in de vorm van een niet-interactieve voorlichting, te geven.
- Het werkt niet goed om te kiezen voor een locatie die onbekend of hoogdrempelig is voor de ouders.

##### 4.2 Uitgelicht

Als onderbouwing van dat wat **goed** werkt, zijn hieronder twee initiatieven uitgelicht. Hierbij is een keuze gemaakt voor een initiatief dat zich specifiek richt op ouders en kinderen met een niet-westerse achtergrond en een initiatief dat zich richt op ouders en hun kinderen in het algemeen. Bij beide initiatieven zijn de uiteindelijke resultaten, d.w.z. de effecten van het initiatief, gemeten door de initiatiefnemers.

###### ***Ervaringen uit de praktijk toegelicht: 'Spiegelbeeld'***

*Stichting de Witte Tulp en het landelijk expertisebureau meisjes/vrouwen en bèta/techniek (VHTO) organiseerden in Amsterdam speeddates voor Turkse meisjes en hun moeders om hun beeld over bèta/technische opleidingen te verbreden en de meisjes te stimuleren te kiezen voor een dergelijke opleiding. Stichting de Witte Tulp heeft een grote Turkse achterban en heeft potentiële deelnemers persoonlijk benaderd voor deelname aan de avond.*

*Onder de noemer 'Spiegelbeeld' werden de meisjes en hun moeders uitgenodigd op een speeddate avond met diverse vrouwelijke rolmodellen uit de wereld van bèta, techniek en ict. De rolmodellen (voor een deel dames met een Turkse achtergrond) vertelden over hun eigen keuzeprocessen en huidige werkzaamheden in deze sectoren. Als voorbeeld uit de dagelijkse beroepspraktijk hadden zij producten bij zich, zoals een bouwtekening.*

*Meisjes en moeders die hebben deelgenomen aan de speeddates zijn zich bewuster geworden van de kansen in de genoemde sectoren. Uit metingen van VHTO blijkt dat op middelbare scholen waar het initiatief 'Spiegelbeeld' wordt uitgevoerd, meer dan de helft van de meisjes kiest voor een N-profiel.*

*Succesfactoren:*

- *Persoonlijke benadering*
- *Inzet rolmodellen met eenzelfde achtergrond ter identificatie voor de deelnemers*
- *Goede combinatie tussen abstracte en tastbare informatie*
- *Interactief*

#### ***Ervaringen uit de praktijk toegelicht: 'De onderwijsbeurs'***

*Welzijnsorganisatie Perspect, basisscholen de Barkentijn en de Regenboog en diverse scholen voor voortgezet onderwijs organiseerden gezamenlijk een onderwijsbeurs in een voor de doelgroep goed te bereiken wijkcentrum in Rotterdam. Basisschoolleerlingen en hun ouders kregen door een bezoek aan de beurs de mogelijkheid meer te weten te komen over de overgang naar het VO en de verschillende opleidingsmogelijkheden. Via ouderconsulenten op de scholen, media aandacht in de lokale pers en promotie via het wijkcentrum werden zoveel mogelijk ouders en hun kinderen gestimuleerd een bezoek te brengen aan de beurs.*

*Op de onderwijsbeurs waren diverse kraampjes met informatiemateriaal over de diverse scholen voor Voortgezet Onderwijs en hun opleidingsaanbod. Ook konden de leerlingen een kijkje in de keuken van verschillende studierichtingen nemen door proefjes te doen en opdrachten uit te voeren, deel te nemen aan proeflessen en mee te doen aan 'ludieke spelen'.*

*De onderwijsbeurs werd goed bezocht en er werd door de aanwezigen nog lang over nagepraat. In een enquête uitgezet onder de bezoekers werd de beurs gemiddeld gewaardeerd met een 7,5.*

*Succesfactoren:*

- *Uitgebreide wervingsstrategie via diverse kanalen*
- *Goed bereikbare locatie*
- *Goede combinatie tussen abstracte en tastbare informatie*
- *Interactief*

#### **4.3 Vertaling naar een handreiking**

De inzichten uit de analyse van thema en doelgroep op basis van het sturingsmodel 'Voor de verandering' en de uitkomsten van de inventarisatie en analyse van bestaande initiatieven ter vergroting van ouderbetrokkenheid bij studie- en beroepskeuze dienen als basis om te komen tot een handreiking voor concrete activiteiten specifiek om *allochtone* ouders te betrekken bij het bevorderen van een *keuze voor techniek* door jongeren. Deze handreiking wordt in het volgende hoofdstuk beschreven.

## 5. Handreiking

Op basis van de in de vorige hoofdstukken beschreven uitkomsten, enerzijds van analyse op basis van het sturingsmodel 'Voor de verandering' en anderzijds van de inventarisatie en analyse van bestaande initiatieven ter bevordering van ouderbetrokkenheid bij studie- en beroepskeuze, komen wij tot de volgende handreiking voor interventies richting allochtone ouders om een positieve keuze voor techniek voor hun kinderen te bevorderen.

*Nota bene: in beginsel is de inhoud van de te ondernemen activiteiten dezelfde als voor andere ouders. Alleen blijkt uit voorgaande inventarisatie en analyse dat voor een effectief bereik onder deze groep ouders een specifieke benadering in onder andere werving en opzet van de activiteiten aan te bevelen is. Daar spitst deze handreiking zich op toe.*

### A. Afbakening doelgroep

De doelgroep van deze handreiking betreft ouders van allochtone origine. Daarbinnen vallen uiteraard weer vele diverse groepen te onderscheiden. Alleen al in een stad als Rotterdam zijn 176 nationaliteiten vertegenwoordigd. Vooraf dient bepaald te worden welke doelgroep(en) men specifiek wil bereiken. Daarbij kan ook overwogen ouders van diverse culturele achtergronden in een bijeenkomst te bereiken. De ervaring leert echter dat dit in het algemeen minder effect sorteert qua bereik, onder meer vanwege taal en 'vertrouwdheid'. Het is voor deze groep ouders vaak laagdrempeliger om in de 'eigen' groep bijeen te komen.

In overweging dient ook te worden genomen of men moeders, vaders of beide tijdens een bijeenkomst wil bereiken. Het is het beste per doelgroep en bijeenkomst in overleg met samenwerkingspartners in de uitvoering te bepalen wat voor de specifieke groep de voorkeur verdient. Sommige groepen geven er de voorkeur aan om gescheiden bijeenkomsten te organiseren. In dat geval werkt het in het algemeen ook het beste om hiermee in de keuze van gespreksleider, voorlichter en/of ambassadeurs rekening te houden.

Wat betreft de afbakening van de doelgroep is de primaire doelgroep ouders van kinderen en jongeren in het onderwijs. Het verdient echter aanbeveling deze afbakening niet te strikt te handhaven. Omdat sociale invloed een grote rol speelt in de beeldvorming over techniek, kan het geenszins kwaad, sterker nog: is het aan te bevelen, als ook bijvoorbeeld grootouders en overige familieleden die niet direct binnen deze doelgroep vallen, kunnen deelnemen aan de activiteiten.

Wat betreft de grootte van de groep, is het niet nodig hiervoor een vast aantal te bepalen. Omdat het geen gevoelig onderwerp betreft, kan een voorlichting ook aan een wat grotere groep worden gegeven (zie onder c. meer over het type activiteiten). Tegelijkertijd leert de ervaring dat voor de aandacht tijdens de bijeenkomst en de mogelijkheden tot interactie met deelnemers de groep beter niet al te groot kan zijn. In het algemeen kan gesteld worden dat een groeps grootte tussen ongeveer 20 en 50 deelnemers goed werkt, uiteraard ook afhankelijk van de mogelijkheden van de faciliteiten (ruimte). Het verdient aanbeveling met de samenwerkende organisaties praktische afspraken te maken over een *minimum* aantal voor doorgang van de bijeenkomst. Voor een excursie dienen uiteraard wat hardere afspraken te worden gemaakt over het minimum en maximum aantal deelnemers in verband met afspraken over vervoer en ontvangende partijen. Daarom is het ook goed dit te doen in vervolg op voorlichting, omdat men dan helder in kaart kan brengen welke deelnemers daar echt belangstelling voor hebben.



### **Analyse van de doelgroep**

*Wanneer is bepaald welke doelgroep men wil bereiken, bijvoorbeeld op basis van de samenstelling van de populatie op een school of in een wijk, is het zaak de 'startpositie' van deze doelgroep in kaart te brengen. Wat weet de doelgroep al en wat nog niet? Is het voor hen een geheel nieuw onderwerp, of is het al wel bekend maar vergt het verdieping of wellicht een omslag van houding van negatief naar positief? Hiervoor kan het sturingsmodel 'voor de verandering', zoals dat is aangehaald bij de analyse en nader beschreven is in bijlage III, worden gebruikt. Op basis hiervan kan bepaald worden op welke elementen men zich richt (bijvoorbeeld attitude, sociale invloed, competenties) en welke middelen men daarvoor het beste kan inzetten. In deze handreiking is bij onderstaande stappen (o.a. keuze type activiteiten) uitgegaan van de analyse in hoofdstuk 2.*

### **B. Werving van de deelnemers**

Om deze groep ouders te benaderen, is het aan te raden in de werving kanalen te gebruiken die laagdrempelig toegankelijk zijn voor de doelgroep. Zoals eerder opgemerkt, spelen bekendheid en vertrouwen hierbij een grote rol. Ook een persoonlijke benadering, dat wil zeggen: uitgenodigd worden via een bekend persoon, werpt daarbij z'n vruchten af. Dit vindt men allemaal in samenwerking met vrijwilligersorganisaties op lokaal niveau. Zij bieden een bekende, vertrouwde omgeving. Ook ouders die bijvoorbeeld (nog) niet komen naar activiteiten van de school van hun kinderen, kunnen langs deze weg wel bereikt worden. De inzet van sleutelfiguren speelt hierbij een rol. De aankondiging van een bijeenkomst door bijvoorbeeld een imam tijdens een vrijdagmiddaggebed heeft een groot bereik en effect. Het kan ook goed werken hierbij aansluiting te zoeken bij groepen die binnen deze organisaties reeds regelmatig bijeen komen voor diverse activiteiten. De voorlichting kan dan vrij eenvoudig in het reguliere 'programma' worden verwerkt.

In de communicatie ter aankondiging van en werving voor de bijeenkomst werkt het soms beter niet direct te verwijzen naar 'techniek', maar een algemeen, breed aansprekend thema te kiezen, zoals 'betrokkenheid bij studie en werk van uw kinderen', 'succes in opleiding en werk' en dergelijke, waarbinnen dan het thema 'techniek' naar voren wordt gebracht. Wat hierin het meest zal aanspreken, kan het beste met de samenwerkingspartner in de uitvoering worden afgestemd.

### **Wat zijn sleutelfiguren en hoe vindt men ze?**

*In woordenboeken vinden we onder 'sleutelfiguren' de volgende omschrijvingen: '(belangrijk) persoon waar alles om draait', 'contactpersoon van instelling', 'informeel leider van een groep'. Waar wij de term 'sleutelfiguur' gebruiken in deze handleiding, gaat het vooral om de laatste betekenis, waarbij dient te worden opgemerkt dat het informeel leiderschap al dan niet samen kan vallen met een formele positie als bijvoorbeeld bestuurslid of geestelijk leider in een gemeenschap. Bij allochtone vrijwilligersorganisaties kan het bijvoorbeeld gaan om voorzitters, bestuursleden, voorgangers als imam, pandit of predikant, maar ook actieve vrijwilligers of leden van een groep. Sleutelfiguren zijn personen die binnen een gemeenschap een breed netwerk en gezag hebben. Wanneer zij mensen oproepen ergens aan mee te doen, heeft dat meer effect dan van iemand anders. Het is dus niet altijd verbonden aan een formele positie en dat maakt dat voor het vinden van sleutelfiguren geen vaste formule te noemen is. De beste manier om sleutelfiguren te vinden, is te spreken met leden van de gemeenschap (bijvoorbeeld jongeren of ouders) en te vragen wie zij zouden aanraden te benaderen.*

*Wanneer door diverse personen dezelfde naam/namen wordt/worden genoemd, is de kans groot dat dit een sleutelfiguur betreft. Heeft men geen contacten met leden van een gemeenschap, dan moet men elders beginnen en verdient het aanbeveling contact te zoeken met vrijwilligersorganisaties in de buurt van deze gemeenschap(en). Het kan daarbij helpen eerst contact te zoeken bij een koepelorganisatie of andere instelling die vrijwilligersorganisaties ondersteunt in die gemeente, indien aanwezig.*

*Het is afhankelijk van de vaardigheden en rol van de betreffende sleutelfiguur welke rol deze kan vervullen in activiteiten. Voor werving zijn ze in het algemeen van grote waarde, voor de inrichting van activiteiten moet het per persoon bekeken worden. Een sleutelfiguur kan soms optreden als gespreksleider, maar als het bijvoorbeeld iemand is die vooral gewend is zelf het woord te doen, is dit waarschijnlijk geen geschikte rol. Vaardigheden moeten dus voorop staan bij de invulling van rollen tijdens de bijeenkomst en daarnaast vertrouwen. Dat vertrouwen kan ook worden 'verleend' door bijvoorbeeld introductie van de gespreksleider/spreker door een sleutelfiguur.*

### C. Type activiteiten

Het verdient aanbeveling twee typen activiteiten in te zetten, die elkaar opvolgen en versterken: ten eerste voorlichtingsbijeenkomsten, ten tweede activiteiten gericht op tastbare kennismaking met het veld, bijvoorbeeld door bezoeken aan bedrijven en/of opleidingen in de techniek. Het is van belang de informatieoverdracht aan de ouders zo tastbaar en interactief mogelijk te maken. De voorlichting biedt een basis om het thema te agenderen en de eerste bewustwording en attitudeverandering door vergroting van kennis in te zetten. Door opvolging met een excursie wordt dit proces voortgezet en versterkt door wat men daarbij met eigen ogen ziet en ervaart.

Bij de voorlichting is het goed sleutelfiguren uit de betreffende gemeenschap te betrekken, personen met autoriteit binnen de doelgroep. Daarmee komt de boodschap sterker naar voren. Vertrouwen speelt een grote rol en dat heeft men in sleutelfiguren. Wanneer zij zeggen dat dit een belangrijk thema is, heeft dat effect. Verder is het van belang goed te bepalen wie de voorlichting verzorgt. Daarbij moet voorop staan dat het iemand is met goede kennis van de sector techniek en die de vaardigheden heeft om dit met enthousiasme over te brengen. Indien mogelijk werkt het daarbij het beste wanneer dit ook nog iemand is die dezelfde achtergrond heeft als de doelgroep, zodat men zich kan identificeren. Zo treden zij in feite op als 'ambassadeurs' van werken in de techniek. Deze onderdelen kunnen eventueel ook worden verdeeld over verschillende personen: eerst een algemene toelichting en vervolgens ervaringsverhalen van 'ambassadeurs'.

Het is goed zoveel mogelijk ruimte te bieden voor interactie, de ouders uit te dagen en vragen te laten stellen. De gespreksleider moet hiervoor voldoende ruimte bieden en het vergt ook vaardigheid hiermee van de voorlichter(s). Let ook op diverse vormen van informatieoverdracht: mondeling, in beeld (bijvoorbeeld filmmateriaal) en ondersteund door schriftelijk materiaal.

Zoals al eerder genoemd, verdient het thema 'meiden en techniek' speciale aandacht, omdat hierbij traditionele beelden over 'mannelijke' en 'vrouwelijke' beroepen vaak nog sterk een rol spelen. Het is daarom goed expliciet de mogelijkheden voor vrouwen in de techniek te schetsen. Wat vooral impact heeft hierin, is het inzetten van vrouwelijke ambassadeurs van de techniek, idealiter van dezelfde achtergrond als de doelgroep.

De gespreksleider opent de bijeenkomst, heet iedereen welkom en licht het doel van de bijeenkomst toe. Daarna wordt een sleutelfiguur van de gemeenschap het woord gegeven om het belang van de bijeenkomst te onderstrepen. Eventueel kan de sleutelfiguur ook optreden als gespreksleider, waardoor deze twee rollen gecombineerd worden. Hierna wordt gelegenheid

gegeven aan de voorlichter en/of de ambassadeurs (eventueel ook een gecombineerde rol) om informatie over te dragen. Daarbij dient een aantal elementen aan bod te komen: welke mogelijkheden zijn er in 'de techniek', wat is daarvoor nodig (opleidingsvereisten), wat is het arbeidsperspectief en wat zijn de arbeidsvoorwaarden (primair en secundair). Deze elementen hoeven niet per se letterlijk zo benoemd te worden, sterker nog: het gaat erom de informatie in laagdrempelige termen over te brengen. De gespreksleider stemt vooraf af met de voorlichter en/of ambassadeurs of zij tijdens de voorlichting vragen willen beantwoorden of willen wachten tot na afloop van hun presentatie. De gespreksleider bewaakt dat er voldoende ruimte is voor de vragen van ouders. Zowel aan het begin als het einde van de bijeenkomst wordt aangegeven dat de bijeenkomst een vervolg zal krijgen in de vorm van een excursie, waarvoor de aanwezige ouders zich na afloop kunnen opgeven. Uiteraard sluit de gespreksleider de bijeenkomst af met het bedanken van de voorlichter en/of ambassadeurs.

#### *D. Gespreksleider, sprekers*

De gespreksleider is degene die het proces van de voorlichtingsactiviteit begeleidt en bewaakt, onder meer in de zin van tijdsbewaking. De gespreksleider moet indien nodig ook kunnen bijspringen waar vertaling (letterlijk of figuurlijk) nodig is: wanneer hij of zij doorheeft dat de boodschap niet goed overkomt. Deze persoon heeft voor deze rol enerzijds vaardigheden in gespreksleiding nodig, anderzijds moet het iemand zijn die affiniteit heeft met de doelgroep en mogelijk een bekende en/of sleutelfiguur is binnen de specifieke groep. Dat geeft vertrouwen en ook het nodige gezag om de bijeenkomst te leiden. Het beste kan er iemand uit de groep gezocht worden die deze rol op zich kan nemen. Voor versterking van de vaardigheden kan dan eventueel vooraf ondersteuning worden geboden. Het programma wordt vooraf met de gespreksleider doorgenomen. Deze rol kan dus samenvallen met die van sleutelfiguur, maar het kunnen ook gescheiden rollen zijn.

Wat betreft sprekers, namelijk voorlichters en ambassadeurs: zij dienen primair kennis te hebben van de wereld van techniek, allerhande vragen te kunnen beantwoorden en vaardigheden te hebben om dit enthousiast over te brengen. Indien mogelijk werkt het daarbij in het algemeen het beste te werken met personen die dezelfde achtergrond delen als de deelnemers, zodat men zich optimaal kan identificeren en ze als rolmodel kunnen dienen. Dit geldt a fortiori wat betreft vrouwen in de techniek. Omdat dit echter niet altijd mogelijk zal zijn, staan kennis, enthousiasme en in ieder geval affiniteit met de doelgroep voorop als vereisten.

Bij de excursie zullen afspraken moeten worden gemaakt over wie de praktische leiding in handen heeft (afhankelijk van welke plaatsen worden bezocht, met welk vervoer etcetera) en wie de groep ontvangt op de te bezoeken plaats(en). Het verdient daarbij in ieder geval aanbeveling dat er ook een aanspreekpunt aanwezig is voor de deelnemers als begeleider vanuit de eigen groep, die de afstemming regelt met de andere partijen en de nodige informatie doorgeeft aan de deelnemers.

#### *E. Randvoorwaarden*

Het is van belang in de voorbereiding en uitvoering van de bijeenkomst goed oog te hebben voor de praktische randvoorwaarden. Om te beginnen de locatie: wat betreft de locatie van de voorlichting (de excursie heeft uiteraard elders plaats) verdient het aanbeveling naar de doelgroep toe te gaan en deze te houden op een locatie die bekend en vertrouwd is en waar men vaker komt. Vaak beschikken vrijwilligersorganisaties over een eigen ruimte of een ruimte waar men vaker gebruik van maakt om bijeen te komen en waarmee men dus bekend is. Uiteraard moet er van tevoren zorg voor worden gedragen dat de inrichting (stoelen etc.) geschikt is en alle nodige (technische) faciliteiten aanwezig zijn. Houd er rekening mee dat vrijwilligersorganisaties zelf niet altijd niet over alle mogelijkheden daartoe beschikken en dat het

dan dus moet worden meegebracht of ingehuurd van buiten. Uiteraard wordt in overleg gezorgd voor koffie, thee en eventueel een versnapering.

Wat betreft het tijdstip en de duur van de bijeenkomst dient dit vooraf goed te worden afgestemd op de mogelijkheden en behoeften van de doelgroep, waarbij flexibiliteit geboden is. Voor groepen van uitsluitend moeders kan het bijvoorbeeld het beste schikken om bijeenkomsten door de week overdag te houden, wanneer de kinderen op school zijn. Andere groepen geven de voorkeur aan een avond of een bijeenkomst in het weekend. Voor een zo effectief mogelijk bereik is het goed hierop in te spelen. Bij de excursie wordt dit wat lastiger, omdat te bezoeken plekken zoals opleidingen of bedrijven in het algemeen alleen door de week tijdens kantooruren toegankelijk zijn. Er zit dan niets anders op om de mogelijkheden te bepalen, deze helder te communiceren naar de deelnemers en te bezien hoe dit het beste op elkaar kan worden afgestemd. Wat betreft de duur van een bijeenkomst geldt in beginsel hetzelfde: dit dient vooral in overleg met de groep te gebeuren, maar uiteraard dient daarbij ook gekeken te worden naar hoeveel tijd nodig is om de informatie over te brengen. De ervaring leert dat een totale duur van 1 à 2 uur, waarin verschillende elementen elkaar afwisselen, meestal voldoende en het effectiefst is.

Om de informatieoverdracht zo effectief mogelijk te laten zijn, moet ook rekening worden gehouden met de voertaal. Hoewel veel allochtone ouders zich wel redden in het Nederlands, wil dat nog niet zeggen dat het het beste middel is om de boodschap over te brengen. Ook dit element moet vooral worden afgestemd per specifieke doelgroep, per bijeenkomst. Soms is het het beste het Nederlands te hanteren met waar nodig af en toe een toelichting of vertaling (hierin is de rol van de gespreksleider van belang), soms is het effectiever toch de moedertaal van de doelgroep te hanteren. Uiteraard dient hier dan ook in de keuze van sprekers rekening mee te worden gehouden. Als er geen passende sprekers te vinden zijn die deze taal machtig zijn, betekent dat er vertaald zal moeten worden. Hiervoor moet een goede vertaler aanwezig zijn (bij voorkeur de gespreksleider, waarbij dit dus ook een vereiste vaardigheid is) en moet men er dan in het programma rekening mee houden dat hiervoor tijd wordt ingeruimd. Houd ook rekening met de taal bij overige informatie die wordt verstrekt, zoals beeldmateriaal of schriftelijk materiaal. Het is goed als er voldoende, bij voorkeur gratis, schriftelijk materiaal zoals flyers, brochures en dergelijke voorhanden is ter ondersteuning van de mondeling overgedragen informatie.

Tot slot, wat betreft praktische randvoorwaarden, is het goed op te merken dat met name bij bijeenkomsten voor moeders het verzorgen van een voorziening voor opvang van jongere kinderen in overweging moet worden genomen. Dit vergroot de kans op deelname en de aandachtsspanne tijdens de bijeenkomst. De opvang kan tijdens de bijeenkomst vrij informeel worden geregeld, met inzet van vrijwilligers. Breng in de voorbereiding van de bijeenkomst de behoefte en de mogelijkheden (mede afhankelijk van de locatie) in kaart.

#### F. *Meting resultaten*

Het verdient aanbeveling ook vooraf na te denken over hoe het verloop en de uitkomsten van de activiteiten worden vastgelegd. Voor de organiserende partijen is dit van grote waarde om leer- en verbeterpunten vast te leggen en mee te kunnen nemen voor eventuele volgende activiteiten.

Het is daarbij van belang van tevoren na te denken over wat men *wil* en *kan* meten qua resultaten en daarbij een onderscheid te maken tussen *prestaties* en *effecten*. Prestaties zijn kwantitatief meetbare uitkomsten, zoals het aantal bijeenkomsten, het aantal deelnemers, het aantal malen dat om informatie is gevraagd, etcetera. Dit geeft een belangrijke indicatie van de uitkomsten, maar nauwelijks inzicht in de uiteindelijke effecten, zoals: zijn ouders anders gaan denken over werken in de techniek en zullen ouders hun kinderen een keuze voor techniek gaan

aanraden? Bij het nadenken over wat men wil en kan meten dient ook de keuze van meetinstrumenten en het gebruik daarvan bij de doelgroep in overweging worden genomen.

Het is gebruikelijk bij dit soort activiteiten een presentielijst aan te leggen, foto's te maken en eventueel evaluatieformulieren door de deelnemers te laten invullen<sup>2</sup>. Men dient zich ervan bewust te zijn dat dit soms obstakels opwerpt bij de doelgroep. Ten eerste kan het grote terughoudendheid of zelfs achterdocht oproepen – men wil liever niet persoonsgegevens afgeven wanneer niet duidelijk is wat ermee gedaan zal worden en met name vrouwen in diverse doelgroepen willen vaak niet herkenbaar op de foto wanneer deze mogelijk voor een breder publiek gebruikt zullen worden. Wat betreft evaluatieformulieren, is men soms de taal onvoldoende machtig om deze te begrijpen en in te vullen en is men vooral ook niet gewend op deze manier feedback te geven. Er dient dus in ieder geval bekeken te worden welke informatie men nodig heeft en/of wil vastleggen en wat de beste manier bij de betreffende doelgroep is om dat te doen, zonder dat dit onnodig drempel verhogend of belemmerend werkt.

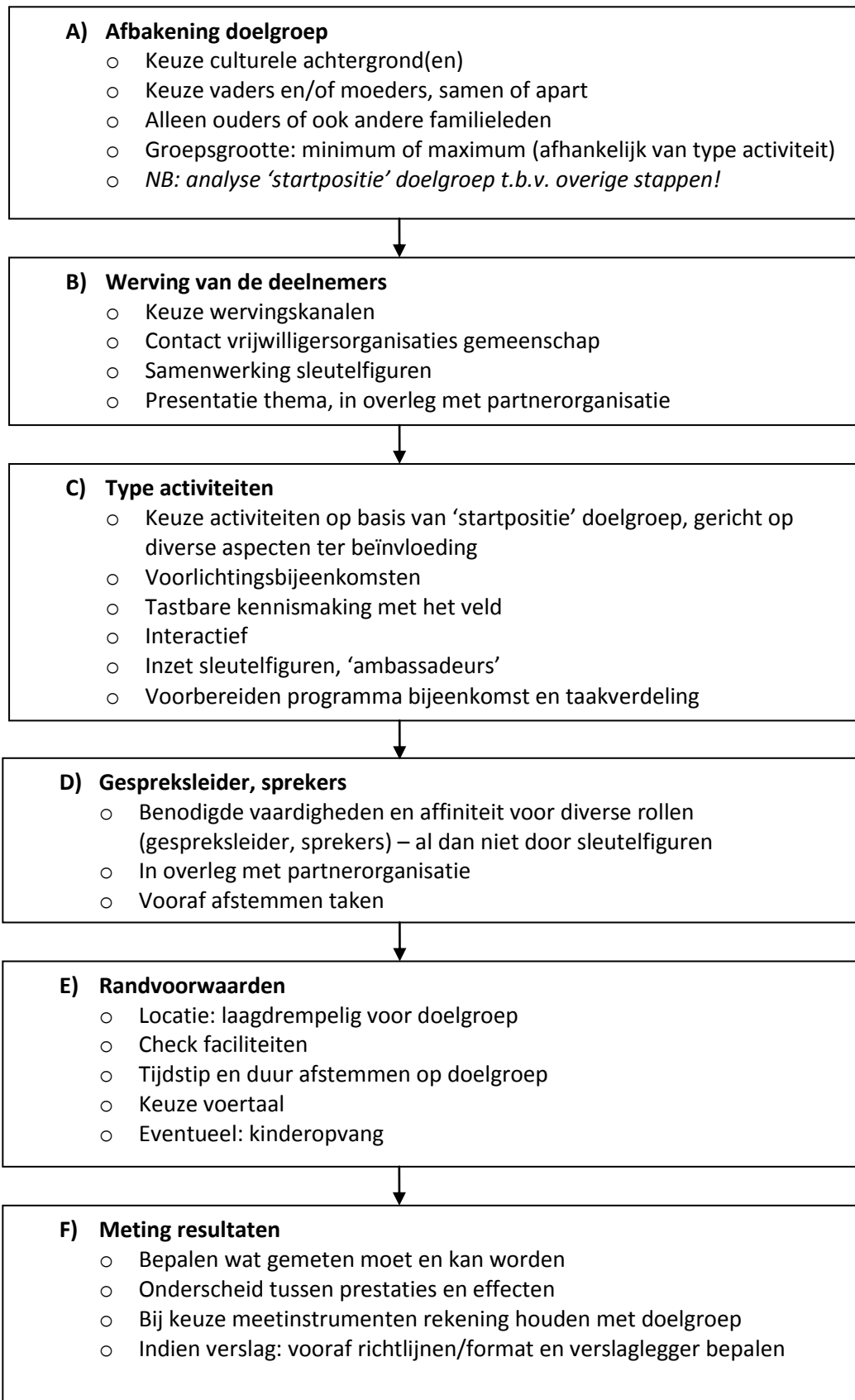
In het algemeen werkt het goed om de bijeenkomst goed te observeren en daarvan verslag te maken, zowel over het verloop van het proces als over de inhoud. Uit bijvoorbeeld vragen en reacties van ouders kan al het nodige worden opgemaakt over hun houding en een eventuele wijziging daarin. Het is dan belangrijk van tevoren vast te stellen wie het verslag zal maken tijdens de bijeenkomst. Een praktisch punt daarbij is deze persoon de gebruikte taal of talen machtig moet zijn. De gespreksleider legt aan het begin van de bijeenkomst uit dat er een verslag wordt gemaakt, hoe dit zal worden opgesteld (met name: zonder vermelding van namen van deelnemers) en waar dit voor zal worden gebruikt. In bijlage II is een voorbeeld van een formulier voor verslaglegging opgenomen. Voor effectmeting kan men met een begin- en eindmeting werken onder de deelnemers. Zoals is opgemerkt, lenen formulieren zich daar echter in het algemeen minder goed voor binnen deze doelgroep. Gedacht kan worden aan een eenvoudig 'hand opsteken' onder leiding van de gespreksleider aan het begin en het einde van de bijeenkomst(en), bijvoorbeeld met de vraag 'wie zou graag zien dat zijn/haar kind kiest voor werk in de techniek?'

In onderstaande 'checklist' is schematisch weergegeven welke stappen dienen te worden nagelopen en op welke keuzes en aandachtspunten daarbij gelet moet worden. Voor de concrete invulling van de keuzes biedt de beschrijving van de handreiking suggesties en tips.

---

<sup>2</sup> Soms is dit zelfs verplicht gesteld door opdrachtgevers voor de verantwoording.

## Checklist bij het organiseren van activiteiten voor allochtone ouders



Bijlage I - Overzicht initiatieven					
Nr.	Instelling en samenwerkingspartners				
1	JINC, Woonstad Rotterdam, diverse basisscholen  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		Project 'Ouderbetrokkenheid' (voorlichtingen)	Ouders betrekken bij opleiding- en beroepskeuze kinderen die een Bliksemstage hebben gevolgd (stage ter oriëntatie opleidingen/beroepenveld).	Ouders van leerlingen groep 7/8 die op Bliksemstage zijn geweest.	Scholen benaderen de ouders van leerlingen.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voor Bliksemstage: brief ouders met tips over hoe praten met kinderen over wensen, talenten en verwachtingen opleiding/beroep.</li> <li>- Achteraf: ouderbijeenkomsten inhoud Bliksemstage, presentaties kinderen over ervaringen Bliksemstage, stellingen over werken in bepaalde sectoren (vooroordelen/feiten), opleidingsperspectief, arbeidsperspectief en mogelijkheden sectoren.</li> </ul>	Geen specifieke randvoorwaarden geformuleerd.	<p>40 ouders in Rotterdam Feijenoord, voornamelijk Turkse ouders (door concentratie Turken in Feijenoord).</p> <p>Het bereik in overige deelgemeenten van Rotterdam is niet bekend (o.a. Noord).</p> <p>Bij een andere pilot in Amsterdam: 100 ouders, bereik allochtonen afhankelijk van concentratie specifieke bevolkingsgroepen in wijken.</p>	<p>Lopend onderzoek naar het effect van het project Ouderbetrokkenheid rondom Bliksemstage. Enquêtes uitgezet onder ouders, uitkomsten volgen later in 2013.</p> <p>Scholen Oude Noorden Rotterdam zien meerwaarde in op deze manier betrekken van ouders bij studie- en beroepskeuze van kinderen.</p>

2	Welzijnsorg. Perspect, BS de Barkentijn, BS de Regenboog, diverse VO's  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'De Onderwijsbeurs'	Ouders informeren over mogelijkheden VO en overgang naar VO makkelijker maken.	Ouders (+kinderen) van kinderen op BS de Barkentijn en BS de Regenboog.	Via ouderconsulenten op de scholen, media-aandacht lokale pers en promotie via wijkcentrum Beverwaard (waar de beurs plaats had.)
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Onderwijsbeurs met marktkraampjes van diverse VO's, promotiemateriaal, samen proefjes doen, wedstrijden over start VO (hoe ziet een brugpieper eruit?), bijwonen proeflessen e.d.	De locatie waar de onderwijsbeurs plaats heeft moet goed bereikbaar zijn.	6 groepen 8, incl. leerkrachten, leidinggevenden en ouders (± 300 bezoekers).  Er is geen informatie over achtergronden bezoekers beschikbaar.	Enquête onder bezoekers: - gemm. score 7.5 - Lang over nagepraat
3	Delphi opbouwwerk Delfshaven, diverse basisscholen en VO-scholen, bedrijven en vrijwilligersorganisaties  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Schoolkeuzemarkt VOD' (Voortgezet Onderwijs Delfshaven)	Mogelijkheid bieden om in georganiseerd verband, kind en ouders samen, breder te oriënteren op het VO.	Ouders en kinderen in groep 7 en 8.	Via medewerkers ouderbetrokkenheid en leerkrachten groep 7 en 8.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Schoolkeuzemarkt met kraampjes van ± 25 VO-scholen, vrijwilligersorganisaties die huiswerkbegeleiding aanbieden en zich bezighouden met ouderbetrokkenheid. Kinderen en hun ouders bezoeken in shifts van 25 min. de markt	Medewerking van basisscholen en meerdere VO-scholen is vereist.	19 basisscholen: ouders, leerkrachten, kinderen (groep 7 en 8).  Concrete aantallen: 650 kinderen, 350 ouders-voornamelijk allochtone moeders door concentratie	Ouders en kinderen zijn breder geïnformeerd over de mogelijkheden m.b.t. VO-scholen en kunnen een bewustere keuze maken voor een bepaalde school.



		middels een speurtocht.		allochtonen in Delfshaven.	
4	Delphi opbouwwerk Delfshaven, diverse basisscholen  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'VO cursus' (voorlichting)	Geven van informatie over voortgezet onderwijs om bewuste keuze te maken, overstap te vergemakkelijken en betere begeleiding ouder-kind te bewerkstelligen.	Ouders met kinderen in groep 7 en 8.	Via medewerkers ouderbetrokkenheid en leerkrachten groep 7 en 8.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		VO cursus bestaande uit vier delen: structuur Nederlands onderwijs, de rol van de ouder in VO studiekeuze, Cito entreetoets en Cito eindtoets en schooladvies, puberteit. Ouders die hebben deelgenomen aan deze cursus mogen ook samen met hun kinderen de schoolkeuzemarkt bezoeken.	Medewerking van basisscholen is vereist.	Ouders op 10 basisscholen waar 10 cursussen zijn uitgevoerd.  Concrete aantallen: 80 ouders waarvan 65 moeders en 15 vaders - voornamelijk allochtone ouders door concentratie allochtonen in Delfshaven.	Combinatie cursus en bezoek onderwijsmarkt werkt goed: ouders zijn beter op de hoogte van het onderwijssysteem en de processen en weten meer over de ontwikkeling van hun kinderen. Ze hebben een bredere blik op het onderwijs en kunnen samen met hun kinderen een bewuste keuze maken voor een VO-school.

5	Stichting C3, Bedrijven, ROC's, PMLF (kenniscentrum)  Plaats: landelijk	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Lab Experience Days' (bezoek aan laboratoria)	Beeld ouders/kinderen beroepsmogelijkheden en arbeidsperspectieven in laboratoria verbreden en hen warm maken voor deze sector.	Middelbare scholieren en hun ouders, docenten en schooldecanen.	Flyers, video's, promotie via sectororganisaties, persberichten, radio-uitzendingen, websites, vermelding van evenement tijdens open dagen op scholen.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Middelbare scholieren en hun ouders bezoeken laboratoria en draaien een dagje mee: proefjes doen, praten over de mogelijkheden e.d. Concrete uitvoering verschilt per locatie: soms klassikale bezoeken a 40 personen, soms massale bezoeken/dagen met 600 personen.	Promotie moet op tijd gestart worden.	Geen concrete aantallen i.v.m. verscheidenheid per locatie. Geen duidelijkheid over achtergronden.	Evaluatie gehouden: - Gemiddeld cijfer bezoekers 8 - Loopt al twee jaar en trekt veel mensen - Bezoekers geven aan tevreden te zijn en een duidelijker beeld te hebben van de sector na een dag LED. Overige resultaten: dergelijke gedeelde belangen en evenementen bevorderen de samenwerking tussen onderwijs en bedrijven, relatie is verbeterd.

6	Rotterdams Montessori Lyceum  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Oud-leerlingenavond' (voorlichtingen)	Beeld van ouders en leerlingen over opleidingen en mogelijkheden hoger/wetenschappelijk onderwijs verbreden.	Eindexamenkandidaten en hun ouders.	Per brief naar de ouders en aankondiging tijdens mentoruren (voor de leerlingen).
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Oud-leerlingen die een HBO- of WO opleiding volgen, geven in rondes van 20 minuten voorlichting over hun opleiding. Leerlingen geven na overleg met hun ouders vooraf aan over welke opleidingen zij geïnformeerd willen worden. Leerlingen en ouders mogen gezamenlijk aan 3 rondes deelnemen. De avond wordt plenair afgesloten waarbij de rector vragen stelt aan de ouders over het verloop van de avond.	Deelname moet verplicht worden gesteld aan de leerlingen en ouders moeten goed geïnformeerd worden: hierdoor komen in ieder geval alle leerlingen opdagen en ervaring leert dat vele ook de ouders meenemen.  Leerlingen moeten een keuze maken voor voorlichting over opleidingen die betrekking hebben op hun vakkenpakket, om te voorkomen dat zij kiezen voor voorlichtingen gegeven door oud-leerlingen die zij kennen.	± 150 bezoekers De school heeft voornamelijk autochtone leerlingen, enkele allochtone. Ook ouders van deze allochtone leerlingen waren aanwezig op deze avond.	Geen concrete opbrengsten te noemen, maar initiatief wordt al jaren uitgevoerd, opkomst is altijd hoog en ouders zijn positief.

7	Wageningen University Plaats: Veenendaal	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Mentoren en ouders, partners in studiekeuze' (training + aanvullende kanalen voor informatie zoals nieuwsbrieven e.d.)	Ondersteuning van ouders bij opleidingskeuze van kinderen bevorderen door hen bekend te maken met hun rol bij het studiekeuzeproces en concrete handvatten aan te bieden, hiermee terugdringen van aantal uitvallers die een verkeerde studiekeuze hebben gemaakt. Toeleiden van jongeren naar Wageningen University.	Ouders van studiekeuzers (havo/vwo).	Bekendheid geven aan het project tijdens ouderavonden, via decanen en mentoren, via oudercomités, belangenorganisaties e.d.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Hoofdactiviteit: vaardigheidstraining voor mentoren en ouders opdat zij meer bekend raken met de doorstudeermogelijkheden en manieren waarop zij hun kinderen kunnen begeleiden in het studiekeuzeproces.  Daarnaast informatie over studies en mogelijkheden via: ontwikkelde website, nieuwsbrief, brochure voor ouders die slecht Nederlands spreken, speciaal contactadres voor ouders met vragen, speciale extra	Om alle ouders te bereiken maatwerk gericht op bep. doelgroepen (bijv. flyer in eigen taal).  Inzet rolmodellen, allochtone studenten e.d. voor bereik specifieke doelgroepen.	4.000 ouders per schooljaar bereikt, 5% allochtonen – ondanks maatwerk laag percentage allochtonen door de landbouwachtergrond van de universiteit: ouders hebben hier een negatief beeld van.  Opkomst voorlichtingsmiddagen allochtone ouders: wekelijks 25 ouders. 800 aanmeldingen voor de nieuwsbrief en 1.000 bezoekers website per maand.	Ouders hebben een beter zicht op mogelijkheden en zijn beter in staat hun kinderen te coachen tijdens studiekeuzeproces.  Project heeft rendement m.b.t. toeleiding naar universiteit: 1.000 studenten hebben zich aangemeld voor een studie, 250 ouders zijn komen kijken.

		voorlichtingsmiddagen voor allochtone ouders, brochure tips voor studiekeizers.			
8	Initiatief van APS, KPC groep en CPS (onderwijsadviesbureaus gezamenlijk op onderwijsinontwikkeling.nl )  Plaats: landelijk	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Ouders aan zet' (individuele gesprekken en oriëntatie via programma's op de computer)	Kennis van ouders over mogelijkheden in het onderwijs, de beroepen en de arbeidsmarkt vergroten zodat zij beter zicht hebben op de loopbaan van hun kind en hen hierin kunnen ondersteunen.	Ouders van eindexamenkandidaten en 3 <sup>de</sup> klas scholieren op 6 verschillende middelbare scholen.	Persoonlijke benadering van ouders door de school.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Docenten/decanen voeren een op een gesprekken met ouders en geven informatie over mogelijkheden in het onderwijs, de beroepen en arbeidsmarkt. Daarnaast krijgen ouders de mogelijkheid om samen met hun kinderen en onder leiding van docenten achter de computer zich te oriënteren op studies.	Interactieve aanpak (leren door te doen) is nodig om ouders actief te houden. Alleen 'saaie' voorlichting heeft minder effect.	De opkomst verschilt per school: het aantal aanwezigen varieert van 12 – 50 ouders.	Ouders geven aan beter geïnformeerd te zijn over de toekomst van hun kinderen, wat zij kunnen/willen gaan doen en wat het best is voor hen. Ze hebben over het algemeen een breder beeld gekregen over de mogelijkheden in het onderwijs en de arbeidsmarkt.
9	Centrum Studiekeuze, gezamenlijk initiatief van Hogeschool Utrecht en Universiteit Utrecht  Plaats: landelijk	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Keuzebegeleiding voor ouders van studiekeizers' (interactieve lezing)	Betrokkenheid van ouders bij de studiekeuze van hun kinderen bevorderen	Ouders van studiekeizers op middelbare scholen (havo/vwo)	Op verzoek van een school wordt de lezing door Centrum Studiekeuze verzorgd. Scholen dragen zelf zorg voor het werven van ouders.

		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Een interactieve lezing van 1,5 uur gericht op meer inzicht in keuzeproces: welke factoren maken het maken van een keuze lastig, welke keuzeprocessen doorloopt een kind en wat betekent dit voor het kind, welke valkuilen en succesfactoren zijn er bij studiekeuze, wat is de rol van de ouders bij het studiekeuzeproces, wat kunnen zij doen? Incl. praktijkvoorbeelden en ouders kunnen vragen stellen. Ouders krijgen oefeningen mee die ze samen met hun kinderen kunnen doen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Neutrale spreker, geen docent</li> <li>- Creëren van een veilige omgeving zodat ouders vragen durven te stellen</li> </ul>	Afhankelijk van de school waar de lezing wordt gehouden, gemiddeld zo'n 60 à 70 ouders per lezing. Er is geen specifieke informatie beschikbaar over de deelnemers per school (achtergronden e.d.)	Volgens de organisatie hebben ouders hebben een genuanceerder beeld over het studiekeuzeproces van hun kinderen en weten hoe zij hun kinderen gericht kunnen benaderen en begeleiden.
10	Utrechts Schooladviescentrum (SAC) en Stichting Ondersteuning Utrechts Welzijnswerk (STOUT)  Plaats: Utrecht	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'School- en beroepskeuze begeleiding van Turkse en Marokkaanse meisjes' (voorlichtingen)	Bewerkstellingen van een betere uitgangspositie bij intrede op de arbeidsmarkt voor deze meisjes en betrokkenheid en begeleiding van hun ouders hierbij bevorderen.	Ouders van Turkse en Marokkaanse meisjes in groep 8.	De voorlichtingen werden gegeven op scholen in de wijken Zuilen en Utrecht-West. De scholen zelf waren verantwoordelijk voor het bijeenbrengen van de ouders.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Voorlichtingsbijeenkomst met gelegenheid tot het stellen van vragen over de verschillende	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maatwerk: voorlichting in eigen taal</li> <li>- Mogelijk maken voor</li> </ul>	Opkomst Turkse ouders was hoger dan opkomst Marokkaanse ouders. Hierbij	Zeer positieve reacties van ouders, zij geven aan meer inzicht te

		schooltypen in het voorgezet onderwijs, gegeven in de eigen taal van de ouders, door leerlingen die reeds op het VO zitten.	moeders door regelen kinderopvang - Zorgen voor een 'veilige' en herkenbare omgeving, locaties die bekend zijn bij de doelgroep	zijn geen specifieke aantallen te noemen.	hebben in het onderwijssysteem en de mogelijkheden.
11	Islamitisch Maatschappelijk Activeringswerk Overijssel (IMAO), Gemeente Deventer, PAOO (Platform Allochtone Ouders en Onderwijs), STO (Samenwerkende Turkse Organisaties Overijssel), FORUM  Plaats: Deventer	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Opvoeding, schoolkeuze en de rol van ouders' (voorlichtingsbijeenkomst)	Ouders stimuleren hun kinderen te ondersteunen in het schoolkeuzeproces, hiermee bewerkstellingen dat leerlingen een bewuste keuze maken en schooluitval voorkomen wordt.	Turkse ouders met kinderen in het basisonderwijs, voortgezet onderwijs en beroepsonderwijs.	Persoonlijke benadering van ouders via samenwerkende Turkse organisaties middels promotiemateriaal.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Interactieve voorlichtingsbijeenkomst in het Turks, gesprekken met de zaal en open discussie over: de rol van de ouders, het belang van ondersteuning en kennis over het onderwijssysteem, opleidingen en arbeidsmarkt.	- Voorlichting aanbieden in eigen taal - Actief werven binnen organisaties en netwerk doelgroep	60 Turkse ouders	Aanwezigen waren positief en vinden dat dergelijke bijeenkomsten vaker georganiseerd moeten worden.

12	Ouderraad van Het Nieuwe Lyceum (Bilthoven)  Plaats: Bilthoven	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Help, mijn kind moet kiezen' (thema avond)	Ouders handvatten geven voor de begeleiding van hun kinderen in het profiel-studiekeuzeproces, hen stimuleren vooral te kijken naar wat hun kind wil en kan en afstand te nemen van eigen denkbeelden en voorkeuren.	Ouders van kinderen op het Nieuwe Lyceum (gymnasium/atheneum/havo, diverse leerjaren: profielkeuze en studiekeuze na de middelbare school).	Alle ouders hebben per brief een uitnodiging ontvangen.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Themabijeenkomst waarbij verschillende fases worden belicht van het keuzeproces en aandacht wordt besteed aan de manier waarop ouders hun kinderen kunnen begeleiden en stimuleren. Ouders vinden de keuze van hun kinderen niet altijd de juiste mede door het waarderingskader waarin zij profielen of studierichtingen plaatsen.  Middels de themabijeenkomst geeft men de ouders mee om thuis tijdens het keuzeproces dit waarderingskader los te laten en uit te gaan van het kind.	Geen vooraf opgestelde randvoorwaarden.	Het bereik is afhankelijk van het aantal kinderen in de klas.	Na afloop gaan ouders genuanceerder om met de studiekeuzes van hun kinderen.



13	Stichting de Witte Tulp en VHTO (Landelijk expertisebureau meisjes/vrouwen en beta/techniek)  Plaats: Amsterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		initiatief 'Spiegelbeeld' (van VHTO)	Meisjes stimuleren te kiezen voor een bèta/technische opleiding.	Turkse meisjes uit het voortgezet onderwijs die staan voor een keuze voor een vervolgopleiding en hun moeders (uit het netwerk van de stichting).	Moeders/meisjes zijn persoonlijk benaderd.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Speed date avond voor meisjes en hun moeders met diverse vrouwelijke rolmodellen uit bèta, techniek en ict ('spiegelbeeld', methodiek van VHTO). De rolmodellen (voor een deel Turkse rolmodellen) vertelden over hun eigen keuzeproces en huidige werkzaamheden middels meegebrachte producten.	Inzet van vrouwelijke rolmodellen voor herkenning meisjes is een meerwaarde.	Locatie Amsterdam: 25 meisjes en hun moeders (peildatum 2009).	Meisjes en moeders zijn zich bewuster van kansen in de genoemde sectoren. Meting VHTO: op scholen waar 'spiegelbeeld' actief is ingezet kiest meer dan de helft van de meisjes voor een N-profiel.
14	Stichting de Witte Tulp  Plaats: Amsterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Ouderbetrokkenheid' (seminars)	Ondersteuning van ouders bij het keuzeproces van hun kinderen bevorderen.	Turkse ouders van kinderen die voor een studiekeuze staan op diverse scholen (die verbonden zijn aan de stichting).	Ouders zijn persoonlijk benaderd.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Seminars voor ouders in het Turks over onderwerpen: overgang basisonderwijs naar voortgezet onderwijs, puberteit, belang van ondersteuning ouders bij studiekeuze kinderen.	Er zijn geen randvoorwaarden geformuleerd.	170 Turkse ouders	Na evaluatie van de bijeenkomst is geconcludeerd dat het bewustzijn van de ouders is vergroot: zij zijn beter op hoogte van het

					onderwijssysteem, de kansen en mogelijkheden voor hun kinderen en methoden van ondersteuning.
15	Deltion College (ROC in Zwolle), Alfa College, Groene Welle en Landstede  Plaats: Hardenberg, Ommen en Dedemsvaart	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		Geen specifieke naam (ouderavonden door projectgroep ouderbetrokkenheid VO-scholen in het kader van Aanval op Uitval)	Ouders/verzorgers bewuster maken van hun rol als loopbaanbegeleider.	Ouders van leerlingen op de genoemde scholen.	Ouders zijn benaderd via de decanen van de scholen.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Ouderavonden met presentaties over kiezen en keuzes maken, het puberbrein en over communicatie met je kind.	Het verhaal moet duidelijk zijn en gericht op bewustwording ouderbetrokkenheid.	± 10 oudergroepen van 20 tot 60 personen per keer.	Effecten zijn nog niet bekend: het project loopt nog. Na afloop zal geëvalueerd worden.
16	ECL Haarlem (Eerste Christelijke College)  Plaats: Haarlem	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		Geen specifieke naam (voorlichting en inzet ouders)	Betrokkenheid ouders bij studie- en beroepskeuze kinderen in stand houden (is nl. al groot).	Ouders van leerlingen havo/vwo.	Ouders worden uitgenodigd door de school.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Plenaire ouderavonden over de rol van ouders bij de studie- en beroepskeuze van kinderen.  Ook worden ouders betrokken door zelf een actieve rol te spelen: speed date avonden	Onbekend	Onbekend	Ouderbetrokkenheid is groot, de school houdt dit in stand door geregeld bijeenkomsten te organiseren en ouders actief te betrekken bij

		waarbij ouders vertellen over hun eigen beroep aan de leerlingen.			voorlichting aan leerlingen (door bijv. speed daten).
17	NKO (Nederlandse oudervereniging Katholiek Onderwijs)  Plaats: landelijk	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Ouders als spiegel bij loopbaankeuzes' (ouderavond)	Betrokkenheid van en begeleiding door ouders aan hun kinderen bij studiekeuze bevorderen.	Ouders van leerlingen VMBO (jaar 2), HAVO en VWO (beide jaar 3).	Ouders worden uitgenodigd door de school.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Ouderavonden waar ouders handreikingen krijgen aangeboden om hun 'spiegelende' rol als ouders zo goed mogelijk te vervullen. Dat wil zeggen dat ouders geleerd wordt om hun kind inzicht te geven in hun kwaliteiten, wensen en verwachtingen en hen daarmee uit te rusten om een goede sector- en profielkeuze te maken die bij hen past.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De spreker moet neutraal zijn: niet verbonden aan de school.</li> <li>- De school dient verantwoordelijk te zijn voor de werving.</li> </ul>	Het aantal ouders is afhankelijk van de school. Er is geen specifieke informatie beschikbaar over het aantal deelnemers per ouderavond, per school.	Ouders gaan genuanceerder om met de botsende wensen en verwachtingen van zichzelf en hun kinderen.
18	Libanon Lyceum Rotterdam  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		Geen specifieke naam (voorlichtingsbijeenkomst en persoonlijk gesprek)	Ouders bewust maken van mogelijkheden vervolgstudie van hun kinderen en hen betrekken in dit studiekeuzeprocess.	Ouders van leerlingen in de eindexamenklassen (mavo/havo/vwo).	Ouders worden per brief uitgenodigd door de decaan.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Plenaire voorlichtingsbijeenkomsten over mogelijkheden	Er zijn geen specifieke randvoorwaarden opgesteld.	Opkomst plenaire voorlichtingsbijeenkomsten goed onder autochtone	Ouders zijn beter geïnformeerd over de mogelijkheden voor

		vervolgstudies en keuzeproces leerlingen. Daarnaast verplichte individuele gesprekken met ouders, leerling en decaan over het individuele keuzeproces en de mogelijke vervolgstudies.		ouders. Opkomst allochtone ouders laag.  Individuele gesprekken: opkomst hoog. Allochtone ouders vaak samen met oudere broers/zussen als tolk. In sommige gevallen kwamen de ouders niet maar alleen een oudere broer/zus.	hun kind en denken mee over de keuze die hun kind kan/gaat maken.
19	Hogeschool van Amsterdam  Plaats: Amsterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		Geen specifieke naam (voorlichtingsbijeenkomst)	Marokkaanse ouders meer betrekken bij de keuze van een vervolgopleiding van hun kinderen en hiermee bevorderen van instroom en doorstroom van studenten.	Marokkaanse ouders van studiekeizers.	Onbekend
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Voorlichtingsbijeenkomst voor Marokkaanse ouders over HBO opleidingen en het belang van ouderbetrokkenheid hierbij. De voorlichting wordt deels gegeven in het Arabisch en Berbers en door docenten, Marokkaanse studenten en afgestudeerden. Ook gaf Mohamed Rabbae, oud-fractielid GroenLinks Tweede kamer, zijn visie over het belang van samen een studiekeuze maken (ouders en kinderen).	Inzetten van voor doelgroep herkenbare personen (dus mensen met eenzelfde achtergrond) en inzet eigen taal zodat ouders alles begrijpen.	Onbekend	Ouders weten welke opleidingen er zijn en worden zich bewuster van hun rol als ouders in het keuzeproces van hun kinderen.

20	School's cool Delft (mentororganisatie)  Plaats: Delft	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'De juiste keuze' (begeleiding ouders door mentor)	Leerlingen uit groep 8 en hun ouders begeleiden bij het kiezen van de juiste VO-school om zo schooluitval te voorkomen.	Ouders met kinderen in groep 8, voornamelijk ouders die door achtergrond en/of situatie niet goed op de hoogte zijn van het Nederlandse onderwijssysteem en/of de Nederlandse taal onvoldoende beheersen.	Benadering via leerkrachten van groep 8 en intern begeleiders van Delftse basisscholen en VO-scholen (eerstejaars).
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		De mentoren hebben tweemaal per maand rechtstreeks contact met de ouders, ze begeleiden de ouders in het contact met de basisscholen en de diverse VO-scholen. Ze geven uitleg over entree- en citotoetsen en de resultaten ervan, vertalen informatie in de moedertaal van de gezinnen, gaan mee naar informatieavonden over studiekeuze op de basisscholen, geven informatie over de verschillende mogelijkheden en gaan mee naar informatiebijeenkomsten en open dagen op de VO-scholen. Ze helpen de ouders hierdoor met het maken van een juiste keuze.	Inzet van mentoren met een zelfde achtergrond als de ouders en kennis van de taal.	22 mentoren begeleiden 20 gezinnen (peildatum 2013).	De rol van de ouders bij de keuze in schoolloopbaan van hun kind wordt vergroot, ouders zijn sterker betrokken bij schoolloopbaan en studiekeuze, kinderen komen middels deze begeleiding terecht bij opleiding die bij hen past waardoor kans op schooluitval verkleint.

21	SPIOR en FNV  Plaats: Rotterdam	<b>Naam/soort initiatief</b>	<b>Doelstelling</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Benaderingswijze</b>
		'Een kijkje in de wereld van de Haven en Techniek' (rondleiding)	Meiden en vrouwen informatie verschaffen over haven en techniek om het heersende beeld over deze sector positief te beïnvloeden.	Dochters (middelbare scholieren) en hun moeders met een niet-westerse achtergrond.	Deelnemers zijn persoonlijk benaderd via sleutelfiguren binnen (bij SPIOR aangesloten) vrijwilligersorganisaties.
		<b>Inhoud activiteit</b>	<b>Randvoorwaarden</b>	<b>Resultaat - bereik</b>	<b>Resultaat - opbrengst</b>
		Tijdens een bezoek aan het Scheepsvaart en Transport College kregen de aanwezigen een rondleiding door de school. Ook verzorgde het STC tijdens de bijeenkomst een presentatie over 'vrouwen in de haven'.	Persoonlijke benadering van de doelgroep.	37 dochters en moeders namen deel aan het bezoek.	Moeders en dochters waren zeer te spreken over de locatie en het aanbod aan opleidingen. Zij gaven aan dat hun beeld over werken in de haven als 'mannenwereld' na de informatie en rondleiding was veranderd.

## Bijlage II - Voorbeeldformulier verslaglegging voorlichtingsbijeenkomsten

Datum bijeenkomst:	
Doelgroep en deelnemersgroep: <i>Toelichting: wat was de vooraf bepaalde doelgroep en hoe zag de groep deelnemers er in de praktijk uit?</i>  - Aantal - man/vrouw - culturele achtergrond(en) - leeftijd - ...	
Locatie bijeenkomst:	
Gespreksleider:	
Voorlichter en/of andere sprekers:	
Dit formulier is ingevuld door:	

<b><i>Ruimte en andere faciliteiten</i></b>
Wat was goed, niet goed en te verbeteren aan:  - de ruimte  - de faciliteiten er omheen (elkaar te voren kunnen ontmoeten, thee en koffie, aanwezig informatiemateriaal e.d.)  - groepsgrootte en samenstelling groep  - duur van de bijeenkomst
<b><i>Werving</i></b>
Hoe is de werving gegaan; wat zijn goede punten en wat zijn verbeterpunten?  Waarmee moet voortaan extra rekening gehouden worden als het gaat om een deelnemersgroep en doelgroep als deze?

**Bijeenkomst**

Wat was de opzet van de bijeenkomst en welke elementen zijn daarbij ingezet (bijv.: sleutelfiguur, inhoudelijke voorlichting, ambassadeurs/rolmodellen, ...)

Sloot de voorlichting goed aan bij de belevingswereld van de deelnemers? Zo ja, welke factoren waren daarin belangrijk? Zo nee, waarom niet?

Welk materiaal werd gebruikt bij de voorlichting?

Werden er vragen gesteld? Zo ja, welke?

Heeft de begeleider voldoende ruimte gegeven voor voorlichting en vragen?

Hoe was de sfeer in de groep?

**Inhoudelijke reflectie**

Wat waren de belangrijkste punten die aan bod kwamen tijdens de bijeenkomst?

In hoeverre is het gelukt informatie over studeren en werken in de techniek positief over te dragen? Hoe is dat gemeten?

Ontbrak er iets aan de informatieoverdracht (inhoudelijk of qua vorm)? Zo ja, wat?

Welke verdere activiteiten zijn zinnig, gezien het verloop van de bijeenkomst?

**Ruimte voor overige opmerkingen**



## **Bijlage III – Sturingsmodel ‘Voor de verandering’**

### *Achtergrond*

Aan veel initiatieven van een bepaald maatschappelijk (of persoonlijk) vraagstuk ligt een gewenste of noodzakelijke bijstelling van houding, mentaliteit of gedrag ten grondslag. Om dit te kunnen bewerkstelligen, is het goed bewust te zijn van diverse aspecten die hierbij een rol spelen, welke aspecten beïnvloedbaar zijn door welke actoren en welke middelen hiervoor het beste inzetbaar zijn. In Rotterdam is in de periode 2010-2011 een model en toolkit uitgewerkt om hierin meer inzicht te bieden en handvatten aan te reiken hoe op diverse aspecten in te spelen, dat als titel heeft gekregen ‘Voor de verandering’. Het sturingsmodel en de toolkit werden ontwikkeld door de gemeentelijke dienst Jeugd, Onderwijs en Samenleving (JOS), de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD Rotterdam-Rijnmond) en de maatschappelijke organisaties Dona Daria en SPIOR. Tijdens de ontwikkelingsfase is het model toegepast door de genoemde maatschappelijke organisaties, op het thema ‘huwelijksdwang’.

Bij veel initiatieven die zich richten op bijstelling van houding, mentaliteit of gedrag is er sprake van een relatie tussen opdrachtgever en opdrachtnemer, bijvoorbeeld bij verstrekking van een subsidie om bepaalde doelstellingen te realiseren. Het model en de toolkit zijn ook ontwikkeld om een evenwichtige relatie tussen opdrachtgever en –nemer te bevorderen. Het helpt beide om te komen tot realistische verwachtingen en afspraken over doel, aanpak en opbrengsten bij het verlenen of aannemen van een opdracht. Daarnaast bieden model en toolkit handvatten om initiatieven en projecten in alle fasen van het aanbod gestructureerd en effectief te laten verlopen tot het behalen van gewenste resultaten.

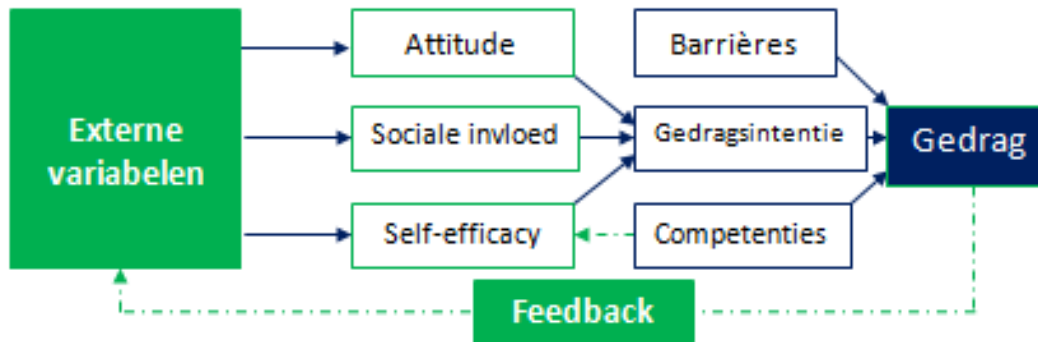
Het sturingsmodel en de toolkit zijn te downloaden op de website van de gemeente Rotterdam via <http://www.jos.rotterdam.nl/Download/samenleving/Voordeverandering25072012.pdf>. Het model wordt hier in het kader van dit rapport nader toegelicht.

### *Drie niveaus*

De basis van het model ligt in een bekend model uit de sociale psychologie: het ASE-model, oorspronkelijk ontwikkeld als theorie voor gepland gedrag door Fishbein en Ajzen. Het model is genoemd naar drie elementen eruit: Attitude – Sociale invloed – (self-)Efficacy. Om dit goed te kunnen plaatsen in enerzijds initiatieven van maatschappelijke organisaties en anderzijds beleid van (lokale) overheden, is het ASE-model in het Rotterdamse model uitgebreid met een mesoniveau (organisatie-/projectniveau) en macroniveau (overheids-/beleidsniveau). De drie niveaus zijn met elkaar verweven en hebben invloed op elkaar.

#### *a. Microniveau*

Zoals hierboven aangegeven, is het microniveau van het model gebaseerd op het ASE-model. Dit is geschikt gebleken om tot een goede analyse te komen van mogelijkheden en belemmeringen tot mentaliteits- en gedragsverandering.



Figuur 3: ASE-model (Fishbein en Ajzer)

Volgens het ASE-model is het uiteindelijke gedrag het beste te voorspellen vanuit de intentie: de bedoeling, het van plan zijn, om bepaald gedrag te vertonen. De intentie wordt weer beïnvloed door drie determinanten: attitude, sociale invloed en de eigen effectiviteitsverwachting ('self-efficacy').

Deze drie variabelen worden op hun beurt bepaald door zogenoemde *externe variabelen*. Deze variabelen worden als vaststaand aangenomen in het model en worden verondersteld alleen indirect invloed te hebben op gedragsintentie en gedrag. Het betreft bijvoorbeeld demografische variabelen als leeftijd, sekse, culturele achtergrond en opleidingsniveau, andere attitudes die mogelijk kunnen conflicteren met de beoogde attitude, persoonlijkheidskenmerken en omgevingsinvloeden op fysiek, sociaal, economisch of politiek terrein. Zo heeft sekse niet direct invloed op gedrag, maar kan het indirect wel het geval zijn door bijvoorbeeld attitudes die ermee samenhangen. Denk aan de attitude t.o.v. beroepskeuze: dit kan worden bepaald door attitudes, normen over wat 'mannelijke' en 'vrouwelijke' beroepen zijn. Sommige van deze externe variabelen zijn veranderbaar, andere niet. De verandering kan beïnvloed worden door wijziging in gedrag van een individu (bijvoorbeeld het gaan volgen van een opleiding leidt tot een hoger opleidingsniveau en daarmee mogelijk tot een andere sociaal-economische status) of door ingrepen op meso- en macroniveau, namelijk door sociale initiatieven en overheidsbeleid, die zich uiteindelijk altijd weer vertalen in effecten op individueel niveau.

*Attitude* verwijst naar een 'aangeleerde kunde om op een logische wijze te reageren op een bepaald object' (een persoon of thema). Het gaat om opvattingen van mensen, welke tot stand komen door onder meer aangeleerde kennis, ervaring en voorbeelden van anderen. Omdat een attitude is aangeleerd, kan deze dus ook veranderen en een nieuwe attitude worden aangeleerd.

*Sociale invloed* speelt ook een rol bij de gedragsintentie van individuen. Sociale invloed kan komen van bijvoorbeeld familie, vrienden of vriendinnen, school of (opinieleiders binnen) een gemeenschap als geheel. Wanneer bijvoorbeeld een jongere heel graag een technische opleiding wil volgen, maar de directe omgeving hier negatief tegenover staat en druk uitoefent om een andere richting te kiezen, kan dit de intentie sterk beïnvloeden. In het model, immers bezien vanuit het individu, gaat het erom hoe een individu deze invloed *ervaart* en als factor meeweegt in het vormen van de intentie. Afhankelijk van onder meer persoonlijkheidskenmerken, relaties en ook cultuur (meer individueel of meer collectief georiënteerd) kunnen verschillende personen in hetzelfde gezin de invloed van ouders anders ervaren. Wanneer het ASE-model wordt gebruikt om met sociale initiatieven te sturen op gedragsverandering, is de meest logische vorm van het beïnvloeden van de perceptie van sociale invloed indirect, namelijk door de attitude van die sociale omgeving te beïnvloeden, in de verwachting dat dit vervolgens ook de perceptie ervan door de uiteindelijke doelgroep zal veranderen. Wanneer bijvoorbeeld ouders positiever gaan denken over werken in de

techniek, zullen zij dit ook overbrengen aan hun kinderen en zullen die, de uiteindelijke doelgroep voor studie- en beroepskeuze, de sociale invloed hierover als positiever ervaren.

*Eigen effectiviteitsverwachting* of 'self-efficacy' draait om de eigen inschatting in welke mate iemand daadwerkelijk in staat zal zijn om het beoogde gedrag te vertonen, met andere woorden: 'het geloof in eigen kunnen'. Dat kan bijvoorbeeld mede bepaald worden door het gevoel van eigenwaarde.

Een gedragsintentie leidt niet automatisch tot het voorgenomen gedrag. Daarvoor moet men ten eerste over de benodigde *competenties* beschikken. Gedacht kan worden aan communicatieve vaardigheden in het algemeen, maar ook specifiekere vaardigheden, afhankelijk van het onderwerp, zoals studievoordigheden en sollicitatievaardigheden. Overigens wordt verondersteld dat de mate van het beschikken over competenties weer van invloed is op de eigen effectiviteitsverwachting. Als men ervaart iets te kunnen, nieuwe competenties aanleert, dan vergroot dat het geloof in eigen kunnen. Voor interventies op doelgroepniveau is het aanleren van vaardigheden dan ook de meest aangewezen manier om de eigen effectiviteitsverwachting te versterken.

Ten tweede kunnen obstakels, *barrières*, de stap tussen gedragsintentie en feitelijk gedrag beïnvloeden. Deze kunnen sociaal-economisch, cultureel of fysiek zijn en kunnen soms door het individu zelf worden overwonnen, soms is daarvoor ook ander ingrijpen nodig. Bijvoorbeeld: een jongere die een positieve invloed heeft om een technische opleiding te kiezen, de houding van zijn of haar omgeving daartegenover ook positief ervaart en gelooft dat hij of zij het kan realiseren, lijkt klaar te zijn om die stap te maken. Maar als er dan bijvoorbeeld geen technische opleiding in de buurt is en niet voldoende geld om er wat verder voor te reizen, kan dit alsnog een barrière vormen om de gedragsintentie daadwerkelijk om te zetten in de stap naar een technische opleiding.

#### *Gebruik*

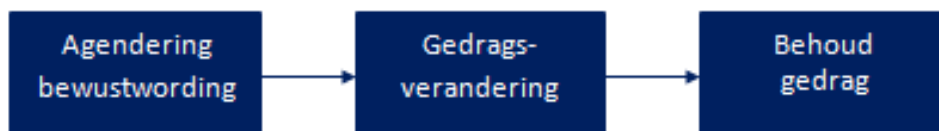
Het ASE-model biedt primair analytisch inzicht in de totstandkoming van gedrag bij individuen. Men kan het schema dan invullen 'van links naar rechts'. Dit inzicht kan vervolgens benut worden om te trachten dit gedrag te beïnvloeden om te komen tot ander, gewenst gedrag. Dan wordt het schema ingevuld 'van rechts naar links': eerst het *gewenste* gedrag als uitkomst en dan terugredeneren op welke componenten daarbij beïnvloeding nodig is. Daarbij moet ook worden afgewogen op welke componenten beïnvloeding het beste *mogelijk* is en van het meeste effect kan worden verwacht. Dat hangt nauw samen met de positie die men zelf inneemt, als individu of organisatie. Dit kan ook worden vertaald naar *groepen* van individuen (doelgroepen) die relevante eigenschappen delen en waarvoor hetzelfde gedrag en de gewenste verandering daarin geldt.

Afhankelijk van op welke elementen daarbij wordt ingezet, moet een keuze voor bijpassende middelen worden gemaakt. Bij interventies gericht op het element 'attitude' liggen bijvoorbeeld voorlichtingen en discussiebijeenkomsten als middelen voor de hand en bij inzet op competenties trainingen. Zoals eerder gememoreerd is bij een keuze voor beïnvloeding van sociale invloed vanuit het perspectief van een maatschappelijke organisatie vooral sprake van een indirecte beïnvloeding: namelijk een keuze voor leden van de sociale omgeving van de uiteindelijke doelgroep (bijvoorbeeld ouders, peers, bredere gemeenschap) die men wil beïnvloeden zodat zij op hun beurt een andere houding overbrengen op de uiteindelijke doelgroep. Het is daarbij dus van belang in kaart te brengen welke personen/groepen belangrijk zijn in de sociale invloed op een thema. Daarbij kan voor deze indirecte doelgroep in feite opnieuw het ASE-model worden ingevuld ter analyse en voor de keuze van instrumenten.

#### *b. Mesoniveau*

Dit niveau heeft betrekking op een project of organisatie, of samenwerking tussen diverse organisaties die zich richten op uitvoering van interventies op groepsniveau. Hiervoor werd het ASE-model uitgebreid met het 'Persuasion Communication Model' van McGuire. Belangrijk hierbij is dat

waar het ASE-model ingezet kan worden om gedragsverandering gericht in te zetten, op mesoniveau daar twee andere fases aan worden toegevoegd. Als eerste is dat een fase voorafgaand aan gedragsverandering, namelijk agendering en bewustwording, en als tweede de fase die erop volgt: behoud van gedrag. McGuire stelt dat de boodschap steeds van vorm verandert naarmate verdere stappen worden ondernomen. Het krijgen van aandacht (agendering) vergt een ander type voorlichting dan het veranderen van bijvoorbeeld attitude. Hierbij geldt dat het opeenvolgende fases betreft: wanneer een thema nog helemaal niet geagendeerd en bespreekbaar is, heeft het bijvoorbeeld nog weinig zin in te zetten op competenties ter gedragsverandering. De nodige inzet op agendering en bewustwording is groter (de fase duurt langer) wanneer het gevoeliger onderwerpen of taboethema's betreft.



*Figuur 4: Persuasion Communication Model (McGuire)*

Voor maatschappelijke organisaties is het belangrijk te bepalen in welke fase thema en doelgroep zich bevinden om te bepalen wat de precieze doelstellingen van een project of activiteit worden, welke middelen hiervoor het beste kunnen worden ingezet en welke resultaten daarbij verwacht kunnen worden. In fase 1 worden vanuit maatschappelijke organisaties activiteiten ontplooid die bijdragen aan de maatschappelijke agendering en bewustwording in het algemeen van de problematiek en/of specifiek binnen een bepaalde doelgroep. Die activiteiten vormen de voedingsbodem voor acties die gericht zijn op gedragsverandering bij de doelgroep (fase 2). In fase 3 gaat het om vragen als: welke vervolgacties worden ondernomen om het bereikte gewenste gedrag zo te houden (bijvoorbeeld terugkombijeenkomsten, vervolgacties, e.d.) en hoe wordt dit gemonitord?

### *c. Macroniveau*

In het Rotterdamse model is dit gedefinieerd als het niveau van de gemeente Rotterdam, maar dit kan uiteraard ook vertaald worden naar andere gemeenten of zelfs een hogere overheid. Kern van het macroniveau is namelijk de verbinding van het micro- en mesoniveau aan het beleidsniveau. Het draait om het optreden van de overheid, dat enerzijds op microniveau effecten kan hebben op met name externe variabelen en eventuele barrières en anderzijds via keuze van sturingsinstrumenten de inzet op mesoniveau als opdrachtgever beïnvloedt. Op dit niveau is de volgende fasering van het beleidsproces gehanteerd:

1. Beleidsvoorbereiding: signaleren maatschappelijke problemen, analyse, doelformulering, opstellen alternatieven
2. Beleidsbepaling: het besluitvormingsproces
3. Beleidsuitvoering: de instrumenten die worden ingezet om invloed uit te oefenen op de maatschappij, in de richting van de geformuleerde doelen
4. Beleidsevaluatie: effectmeting, evaluatie en terugkoppeling naar de beleidsvoorbereiding



*Figuur 5: Fasering beleidsproces*

*d. Samenhang tussen de niveaus*

Zoals in bovenstaande beschrijvingen op diverse punten al is aangegeven, zijn de drie niveaus met elkaar verweven. Hieronder wordt de samenhang nog eens op een rij gezet voor diverse elementen.

De externe variabelen op microniveau zijn op dat niveau in beginsel een vaststaand gegeven. Ze kunnen wel (op langere termijn) worden beïnvloed door de inzet van sturingsinstrumenten op macroniveau. Hetzelfde geldt voor barrières die door individuen worden ervaren (bijvoorbeeld financiële, sociaal-economische of culturele barrières), welke (deels) door ingrijpen van de overheid kunnen worden weggenomen of in ieder geval beïnvloed. Denk bijvoorbeeld aan de invloed van belastingen op sociaal-economische positie, maatregelen om kinderopvang toegankelijker te maken, studiefinanciering, etcetera.

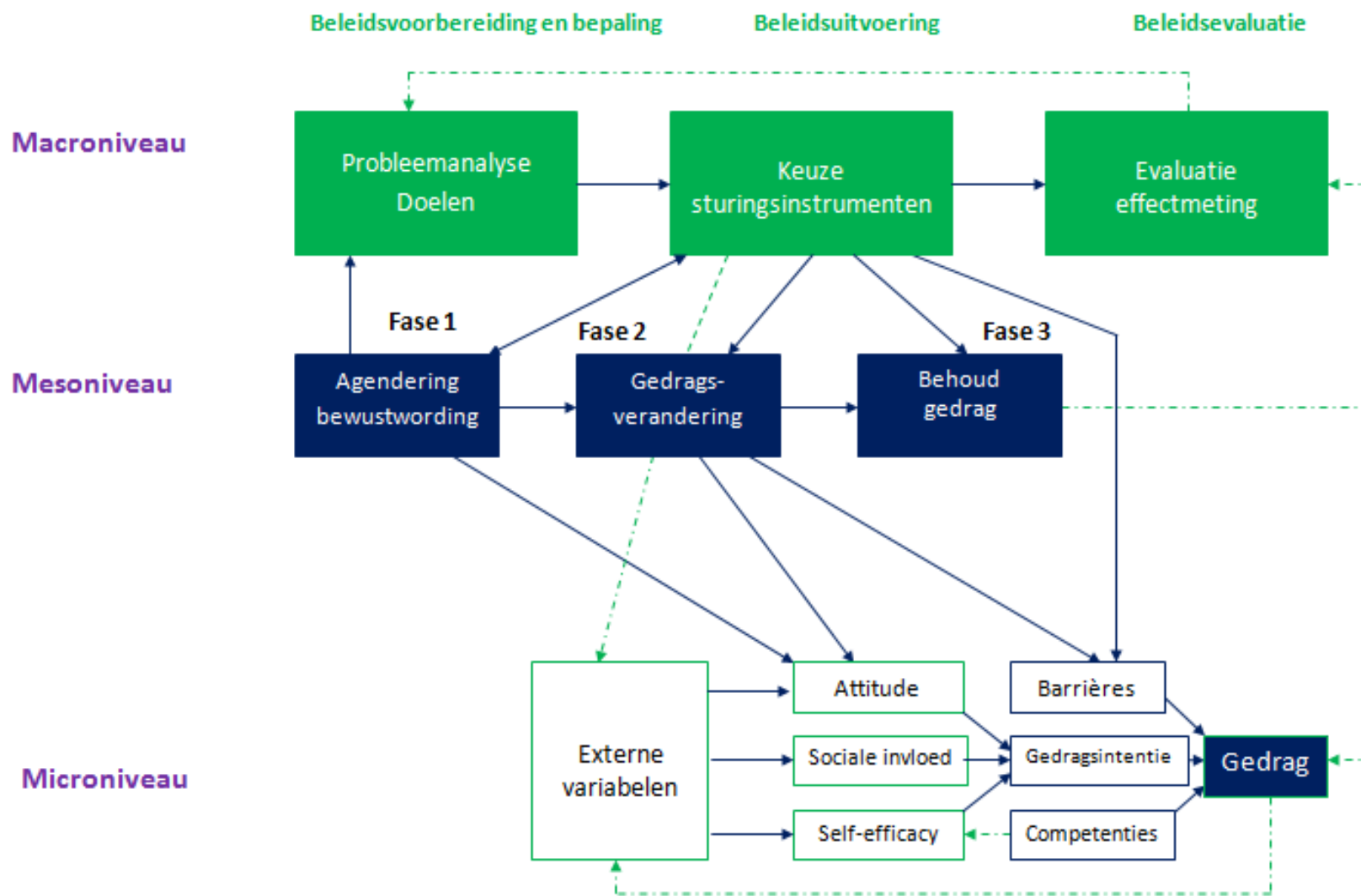
De overheid kan ook op mesoniveau invloed uitoefenen door bijvoorbeeld voorlichtingscampagnes en dergelijke in te zetten om een bepaald onderwerp te agenderen. Daarnaast kan ze een zekere mate van bewustwording stimuleren bij een doelgroep, voordat men het gedrag probeert te beïnvloeden. Door middel van (financiële) ondersteuning aan maatschappelijke organisaties en/of wetgeving kan de overheid trachten gedragsverandering (en vervolgens gedragsbehoud) te bewerkstelligen op diverse onderwerpen. Soms treedt de overheid zelf als uitvoerder op, maar vaker wordt hierin samen met private partijen opgetrokken. Daarbij kan de overheid voorwaarden stellen in de opzet, aanpak en verantwoording, zoals het gebruik maken van bepaalde modellen tot gedragsverandering. Maar de beïnvloeding tussen macro- en mesoniveau geldt ook de andere kant op: maatschappelijke organisaties kunnen het overheidsbeleid beïnvloeden door problemen in de samenleving te signaleren, te analyseren en inzicht te leveren in de problematiek bij diverse doelgroepen. Zo kunnen zij signaleren welke onderwerpen politiek geagendeerd moeten worden. Daarnaast kunnen ze op basis van hun inzichten in en analyse van de problemen en doelgroepen advies geven over de keuze van sturingsinstrumenten. Op het mesoniveau 'ontmoeten' overheid en maatschappelijke organisaties elkaar dus.

Maatschappelijke organisaties proberen ook vooral concreet bijdragen te leveren aan agendering en bewustwording, gedragsverandering en gedragsbehoud bij doelgroepen door middel van hun activiteiten. Vaak gebeurt dat door een aantal factoren te beïnvloeden die vanuit hun invalshoek het beste te beïnvloeden zijn en/of waarvan het grootste effect kan worden verwacht om gedragsverandering te bewerkstelligen. Met andere woorden: men hoeft zich niet op alle onderdelen van het ASE-model te richten om toch bij te dragen aan een gedragsverandering in de gewenste richting. Sterker nog, gebruik maken van het model bevordert juist een gerichte keuze.

De effecten van interventies op zowel macro- als mesoniveau worden uiteindelijk gemeten op microniveau, bij het gedrag van (groepen) individuen.

Het volledige sturingsmodel met de drie niveaus en de samenhang daartussen is in figuur 2 weergegeven.

Figuur 6: geïntegreerd sturingsmodel 'Voor de verandering'



## Bijlage IV - Meer lezen over studiekeuze en ouderbetrokkenheid

Autar, K. et al. (1996), *Ouders en school. Strategieën voor versterking van de relatie tussen ouders en school*. Alphen aan de Rijn: Samsom.

Bani, L. (2011), *De betrokkenheid van islamitische ouders bij de schoolloopbaan van hun kinderen door de ogen van islamitische jongeren en schoolleidingen van middelbare scholen*. Utrecht: Verwey-Jonker instituut.

Borghans, L. et al. (2008), *Voorlichting en begeleiding bij de studie- en beroepskeuze en de rol van arbeidsmarktinformatie*. Maastricht: Universiteit Maastricht.

Bruin, G. de et al. (2012), *Monitor: ouderbetrokkenheid in het PO, VO en MBO*. Rotterdam: Ecorys.

Centraal Bureau voor de Statistiek. Geraadpleegd op donderdag 28 februari 2013 van <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/arbeid-sociale-zekerheid/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-2858-wm.htm>

Damme, G. van (s.a.), *Ouderbetrokkenheid, ouderparticipatie*. Brussel: Daniël Samyn.

Evers, W. (2006), *Succesvol kiezen. Onderzoek naar het studiekeuzegedrag van vmbo-leerlingen*. Enschede: ROC van Twente.

Flentge, E. (2007), *Ouderbetrokkenheid bij school ontstaat niet vanzelf. Een inventarisatie van de behoefte aan dienstverlening van de school en van onderwijsorganisaties aan de ouders*. Almere: Vereniging voor Openbaar Onderwijs.

FORUM (2012), *Allochtonen op de arbeidsmarkt, 1<sup>e</sup> kwartaal 2012. 10<sup>e</sup> monitor: effecten van de economische crisis*. Utrecht: Forum.

Herweijer, F. & Vogels, R. (2013), *Factsheet: onderzoek ouderbetrokkenheid in het basisonderwijs, het voortgezet onderwijs en het MBO*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Kenniscentrum Handel (2004). *Het kiezen van een mbo opleiding: Invloedsfactoren bij het keuzeproces van VMBO-leerlingen*. Ede: Kenniscentrum Handel.

Langen, A. van & Vierke, H. (2009), *Wat bepaalt de keuze voor een natuurprofiel? De invloed van de leerling, de school, de ouders en de peergroup*. Den Haag: Platform Bèta Techniek.

Lusse, M., Walraven, G. & Rie, S. van der (2011), *Thema ouderbetrokkenheid: literatuurverkenning*. Rotterdam: Hogeschool Rotterdam.

Molen, H. van der (2009), *Meer betrokken ouders; kwalitatief onderzoek naar ouderbetrokkenheid in relatie tot voortijdig schoolverlaten in het middelbaar beroepsonderwijs*. Leersum: OUDERS & COO.

Neuvel, J. & Esch, W. van (2005), *De doorstroom van VMBO naar MBO; Een onderzoek naar de doorstroom regeling en de relatie tussen het beroepsperspectief en de beroepsopleiding in het mbo*. 's Hertogenbosch: CINOP.

Onderwijsraad Den Haag (2010), *Ouders als partners. Versterking van relaties met en tussen ouders op school*. Den Haag: Onderwijsraad

Oomen, A. (2010), *Ouders en de loopbaan van hun kind*. Utrecht: APS.

Oomen, A. (2004), *Rapportage steekproef leerlingen en tevredenheid over loopbaanoriëntatie en -begeleiding (LOB), sociale factoren bij profielkeuze, 3 havo en vwo*. Utrecht: APS.

Sarti, A. et al. (2009), *Kiezen moet je (stimu)leren. Onderzoek naar de behoeften van VMBO'ers en MBO'ers in de doorstroom van het VMBO naar het MBO*. Amsterdam: Stichting Alexander.

Smit, F. et al. (2009). *Ouders en school*. Den Haag: SDU.

Stichting Interuniversitair Instituut voor Sociaal-Wetenschappelijk Onderzoek (1967), *Ouders en de beroepskeuze van hun kinderen*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen/Instituut voor Toegepaste Sociologie.

Strating, G. (2007), *Kiezen of verliezen: Studie- en beroepskeuzeprocessen van middelbare scholieren*. Amsterdam: Stichting Alexander.

TechniekTalent.nu. Geraadpleegd op dinsdag 5 februari 2013 van  
<http://www.techniektalent.nu/pagina.php?main=jong-talent&onderdeel=projecten-jongeren>