



hogeschool
Leiden

Hogeschool Leiden

een bewuste keuze

Corporate Identity versus Corporate Image Afstudeeronderzoek

Auteur	Someya Nahali
Studentnummer	s1085110
Telefoonnummer	06
Onderwijsinstelling	Hogeschool Leiden
Faculteit	Management & Bedrijf
Opleiding	Communicatie
Klas	COM4V
Collegejaar	2017-2018
Periode	Semester 1 – september tot februari
Module	Afstuderen
Vakcode	CO416AO
Organisatie	Hogeschool Leiden Zernikedreef 11 2333 CK Leiden
Organisatiebegeleider	Maurits de Vries vries.de.mau@hsleiden.nl
Afstudeerbegeleider	Piet Hein Coebergh
Eerste lezer	Martien Schriemer
Tweede lezer	Edwin van Rooyen
Thema	Benchmarking and results
Conceptueel model	Birkigt, K. & Stadler, M. (1988) <i>Corporate Identity MVIII</i>
Datum	10 januari 2018
Plaats	Zoetermeer
Versie	1
Aantal pagina's	57 (excl. bijlagen)
Aantal woorden	17.532





Voorwoord

Beste lezer,

Deze scriptie betreft het werk waar vier jaar opleiding Communicatie mij op heeft voorbereid: mijn afstudeeronderzoek.

Nu ik bedenken dat dit de laatste stap was voor mij als communicatiestudente, voelt het gek dat ik hierna dit hoofdstuk afsluit en een nieuw hoofdstuk mag beginnen. Ik ben onwijs dankbaar voor alle kennis, mogelijkheden en ervaring die mijn studietijd op Hogeschool Leiden mij heeft geboden en vind het dan ook niet anders dan passend dat ik dit onderzoek hebben kunnen doen als mijn laatste bijdrage aan de hogeschool.

Allereerst wil ik Nynke Wiekenkamp en Piet Hein Coebergh bedanken voor hun steun, goede begeleiding en feedback. Ook wil ik graag mijn begeleider Maurits de Vries bedanken voor zijn hulp, inzicht en motiverende gesprekken. Tot slot wil ik van de gelegenheid gebruik maken om nog wat mensen persoonlijk bedanken die mij veel hulp en steun hebben geboden: Iris Spaargaren, Nicole Gabriëlse en Youri Goudkuil. Niet te vergeten alle anderen die middels feedback of andere steun een bijdrage geleverd hebben aan deze scriptie.

Ook wil ik dit moment gebruiken om de middelbare scholen het Montaigne Lyceum Den Haag en het Christelijk Lyceum Delft te bedanken voor hun tijd, hulp en toewijding om geschikte respondenten te vinden. Zonder deze scholen en haar leerlingen had ik dit onderzoek niet tot een goed einde kunnen brengen.

Ik wil alle personen hierboven, mijn familie en mijn vrienden onwijs bedanken voor alle steun en de motivatie, ook als ik even de draad kwijtraakte.

Ik wens u veel leesplezier toe!

Someya Nahali

Zoetermeer

10 januari 2018



Samenvatting

Dit onderzoek komt voort uit een rapport van Hogeschool Leiden dat stelt dat de voorlichting naar studietoekenners realistischer moet zijn om ze een gefundeerde keuze te kunnen laten maken. Dit vormt aanleiding voor de centrale vraag: *“Hoe krijgt Hogeschool Leiden haar identiteit in lijn met het imago dat studietoekenners in Leiden en omstreken aan de hogeschool toekennen na voorlichtingen?”* en gebruikt hierin de Corporate Identity MVIII van Birkigt & Stadler (1988).

Het onderzoek toetst de overeenkomsten tussen de identiteit van de hogeschool en het imago dat studietoekenners aan de hogeschool toekennen na voorlichtingen op basis van identiteit, imago en het verbeteren van de voorlichtingen middels wensen en behoeften van studietoekenners.

De belangrijkste resultaten van het onderzoek zijn de overeenkomsten tussen identiteit en imago op het gebied van kleinschaligheid, toegankelijkheid, gastvrijheid en consistentie. Verschillen zijn te vinden in hoe een opleiding de identiteit van Hogeschool Leiden uitdraagt, negatieve ervaringen die respondenten hebben met bijvoorbeeld afstandelijk gedrag tijdens de open dag en het missen van herkenbare uiterlijke kenmerken en inhoudelijke informatie tijdens voorlichtingsmarkten op middelbare scholen. Respondenten uit de doelgroep geven aan behoefte te hebben aan een realistisch beeld, inhoudelijke informatie en meer steun vanuit middelbare- en mbo-scholen.

Het onderzoek adviseert het uitwisselen van best practices, aandacht aan de aankleding van de voorlichtingstand tijdens voorlichtingsmarkten en uitbreiding van de huidige communicatiemiddelen die de hogeschool gebruikt tijdens voorlichtingen. Ook beveelt dit rapport aan samen te werken met middelbare- en mbo-scholen en nadere uitwerking vorm te geven via vervolgonderzoeken.

Na implementatie van de aanbevelingen kan het onderzoek bijdragen aan het verbeteren van voorlichtingen en daarmee het verminderen van het percentage studenten dat afhaakt tijdens hun studie. Met behulp van de verbeterde voorlichting hebben studietoekenners meer weet van de identiteit van de hogeschool en de opleidingen en zijn zij beter voorbereid in het studietoekenningsproces.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
SAMENVATTING	4
1. INLEIDING	7
2. PROBLEEMFORMULERING	8
2.1 AANLEIDING	8
2.3 DOELSTELLING	9
2.4 DEELVRAGEN	9
2.5 DOELGROEP	10
2.6 GRENZEN VAN HET ONDERZOEK	10
3. SITUATIESCHETS	12
3.1 DE IDENTITEIT VAN HOGESCHOOL LEIDEN	12
3.1.1 <i>Persoonlijkheid</i>	12
3.1.2 <i>Symboliek</i>	13
3.1.3 <i>Gedrag</i>	14
3.1.4 <i>Communicatie</i>	15
3.2 GROEI, UITVAL EN BACHELORRENDEMENT	16
3.3 HOE MAAKT EEN STUDIEZOEKER EEN KEUZE	17
4. THEORETISCH KADER	19
4.1 IDENTITEIT EN IMAGO	19
4.1.1 <i>Identiteit</i>	19
4.1.2 <i>Imago</i>	20
4.1.3 <i>De relatie tussen identiteit en imago</i>	21
4.2 THEORIEËN	21
4.3 CONCEPTUEEL MODEL	23
4.4 HYPOTHESEN	25
5. METHODOLOGIE	27
5.1 METHODEN VAN ONDERZOEK	27
5.1.1 <i>Deskresearch</i>	27
5.1.2 <i>In gesprek met Hogeschool Leiden</i>	27
5.1.3 <i>Observatieonderzoek</i>	28
5.1.4 <i>Kwalitatief onderzoek</i>	29
5.2 DATACOLLECTIE	30
5.2.1 <i>Verantwoording steekproef</i>	32
5.3 OPERATIONALISATIE	32
6. RESULTATEN	35
6.1 IDENTITEIT HOGESCHOOL LEIDEN	35
6.2 HUIDIGE VOORLICHTINGEN	36
6.3 IMAGO HOGESCHOOL LEIDEN	37
6.3.1 <i>Persoonlijkheid</i>	37
6.3.2 <i>Symboliek</i>	39

6.3.3 Gedrag	40
6.3.4 Communicatie	41
6.4 WENSEN EN BEHOEFTE STUDIEZOEKERS	42
6.4.1 Informatiebehoeften en toevoegingen	42
6.4.2 Uitvallers	43
6.4.3 Wederkerigheid.....	43
6.4.4 Positief versus negatief	44
6.5 TOETSING HYPOTHESEN	45
7. CONCLUSIE	46
7.1 HUIDIGE VOORLICHTINGEN	46
7.2 IMAGO HOGESCHOOL LEIDEN	46
7.3 WENSEN EN BEHOEFTE STUDIEZOEKERS	47
7.4 SLOTCONCLUSIE.....	47
8. AANBEVELINGEN	50
9. IMPLEMENTATIE	52
9.1 RANDVOORWAARDEN	52
9.2 IMPLEMENTATIEPLAN	52
9.3 KOSTENOVERZICHT.....	54
9.4 VERWACHTE UITKOMST	55
LITERATUURLIJST.....	56
BIJLAGE I – BASISELEMENTEN HUISSTIJL.....	58
BIJLAGE II – GESPREK COLLEGE VAN BESTUUR: AGNITA MUR.....	59
BIJLAGE III – FACTSHEET VOORLICHTINGSMARKT.....	62
BIJLAGE IV – BEELDMATERIAAL VAN VOORLICHTINGSMARKTEN.....	64
BIJLAGE V – TOPIC GUIDE.....	66
BIJLAGE VI – RESPONDENTENSHEMA.....	69
BIJLAGE VII – VERBATIMS.....	70
BIJLAGE VIII – ANALYSESCHEMA’S.....	107
BIJLAGE IX – LOGBOEK.....	132



1. Inleiding

Ook als hogeschool wil je weten of de studenten die minimaal vier jaar bij jou een opleiding volgen op het moment van aankomst wel een bewuste keuze hebben gemaakt die overeenkomt met wat jij als hogeschool uitstraalt. Zeker als je uitvallers tijdens de studie meemaakt en, om dit te voorkomen, de maatregel neemt om studietoekenners een realistisch beeld te geven tijdens voorlichtingen.

Het onderzoek is een vraagstuk vanuit Hogeschool Leiden. Hogeschool Leiden vestigt zich in het BioScience Park in Leiden en biedt bachelor- en masteropleidingen aan voor het hoger beroepsonderwijs. Een aankomend student kan een keuze maken voor een opleiding op basis van interessegebieden onderverdeeld in vijf verschillende faculteiten: Educatie, Gezondheidszorg, Management & Bedrijf, Scienc & Technology en Sociaal Werk & Toegepaste Psychologie (Hogeschool Leiden A., z.d.).

Het vraagstuk gaat dieper in op de identiteit van Hogeschool Leiden en zet dit tegenover het beeld dat studietoekenners in Leiden en omstreken na een voorlichting aan de hogeschool toekennen. Dit met het oog op het in lijn krijgen van identiteit en imago en het verbeteren van voorlichtingen die de hogeschool aanbiedt in de vorm van voorlichtingsmarkten en open dagen met als doel om uitvallers te voorkomen. De opdracht is aangenomen door Someya Nahali, vijfdejaars studente Communicatie op Hogeschool Leiden.

Het onderzoek belicht het probleem en de aanleiding hiervan in de *Probleemformulering*. Daaropvolgend licht de *Situatieschets* de achtergrond van Hogeschool Leiden en het vraagstuk toe. Het *Theoretisch Kader* kijkt naar wetenschappelijke theorieën die kunnen helpen het probleem te analyseren. De *Methodologie* maakt het vraagstuk uitvoerbaar en legt uit hoe het onderzoek de geanalyseerde theorie toetst. Hieruit rolt het hoofdstuk *Resultaten*, met daarin de bevindingen uit de onderzoeksmethoden. De conclusies hieruit beschrijft het hoofdstuk *Conclusie*, vervolgt door de *Aanbevelingen* die het onderzoek doet aan Hogeschool Leiden. Enkele aanbevelingen zijn praktisch gemaakt met behulp van een *Implementatieplan*.

2. Probleemformulering

Het onderzoek komt voort uit een rapport waarin Hogeschool Leiden concludeert dat de voorlichtingen naar studietoekenners hogeschool breed realistischer moeten zijn. Om te toetsen of de identiteit van de hogeschool die zij naar voren brengt in haar voorlichtingen in lijn is met het imago dat studietoekenners aan de hogeschool toekennen, start een onderzoek op basis van identiteit, imago en het verbeteren van deze voorlichtingen aan de hand van de wensen en behoeften van studietoekenners.

2.1 Aanleiding

Het rapport *Het verhaal achter de cijfers – Prestatieafspraken Hogeschool Leiden* bespreekt dat de prestatieafspraken omtrent het bachelorrendement en de uitval niet behaald zijn (Langerak, 2016). Dit houdt in dat de hogeschool meer uitval kent dan is afgesproken en dat meer studenten hun studie niet binnen een afgesproken looptijd behalen. Hetzelfde rapport bespreekt, naar aanleiding van de niet behaalde prestatieafspraken, welke maatregelen de hogeschool in acht neemt om het studiesucces te intensiveren. Eén van die maatregelen is het bevorderen van een bewuste studiekeuze met behulp van goede voorlichting.

Scholieren hebben echter moeite met het maken van een studiekeuze (Meulenbroeks, de Beule & Zwegers, 2017). Bij de beslissing voor het kiezen van een (hoge)school, speelt het imago van de (hoge)school een belangrijke rol (MacLeod, Urquiola, 2015):

“The markets for many goods have the feature that if a product is defective, the customer can return it for a refund or seek damages. (...) Given that students cannot directly contract for quality, they must rely upon what they expect the quality of service to be: in other words the reputation of the school they consider.” – MacLeod & Urquiola (2015)

Bovenstaande citaat stelt vast dat scholieren uitgaan van het imago dat zij hebben van de hogeschool waar zij voor willen kiezen, voordat zij hier daadwerkelijk een keuze voor maken. Hogeschool Leiden geeft aan de maatregel te treffen om alle voorlichtingen, hogeschool breed, realistischer te maken zodat scholieren, op basis van de realistische voorlichtingen, een bewustere keuze maken voor de hogeschool (Langerak, 2016). Het is daarmee relevant scherp te hebben hoe Hogeschool Leiden zichzelf ziet, hoe zij haar visie in haar voorlichtingen kenbaar maakt aan studietoekennende scholieren en of dat overeenkomt met wat de scholieren zien. Deze voorlichtingen zijn namelijk vaak hoe een scholier voor het eerst in contact komt met een hogeschool. Dit onderzoek analyseert de identiteit die Hogeschool Leiden heeft en toetst of dit naar voren komt in haar voorlichtingen en of dit blijft hangen in het imago dat scholieren aan de hogeschool toekennen. Dit met het oog op het beter voorlichten voor de poort en met name het verminderen van uitvallers tijdens de studie op Hogeschool Leiden.



2.2 Probleemstelling

Het probleem dat in dit onderzoek onder de loep ligt, is dat Hogeschool Leiden een te hoge uitval en te hoog bachelorrendement kent en dit wil voorkomen door goede voorlichting voor de poort. Voor het verbeteren van de voorlichtingen toetst dit onderzoek of de identiteit van de hogeschool naar voren komt bij haar voorlichtingen en of deze blijft hangen bij de studietoekennende scholieren waar de voorlichtingen zich op richten.

De centrale vraag in het onderzoek luidt daarom als volgt:

“Hoe krijgt Hogeschool Leiden haar identiteit in lijn met het imago dat studietoekenners in Leiden en omstreken aan de hogeschool toekennen na voorlichtingen?”

2.3 Doelstelling

De doelstelling luidt:

“Inzicht krijgen in de weerspiegeling van de identiteit van Hogeschool Leiden naar het imago dat de hogeschool heeft ten opzichte van studietoekenners in Leiden en omstreken na voorlichtingen, teneinde Hogeschool Leiden een communicatieadvies te geven over het naar voren brengen van de identiteit van de hogeschool en het verbeteren van voorlichtingen naar komende generatie studietoekenners om studietoekenners beter voor te lichten bij hun studiekeuze.”

De duidelijke en realistische beeldvorming moet er uiteindelijk voor zorgen dat studietoekenners een weloverwogen keuze maken om zich bij de hogeschool aan te melden en te voorkomen dat studenten tijdens de studie uitvallen omdat ze niet bij de hogeschool of de opleiding passen.

2.4 Deelvragen

Het onderzoek splitst zich op in enkele vraagstukken. Allereerst is het verkrijgen van inzicht in de identiteit van Hogeschool Leiden van belang. Volgens Birkigt en Stadler (1988) kan een organisatie de identiteit vaststellen met behulp van persoonlijkheid, symboliek, gedrag en communicatie. Tevens vergaart het onderzoek een beeld van huidige voorlichtingen van de hogeschool in de praktijk door deze bij te wonen en te observeren. De derde deelvraag geeft inzicht in het imago dat studietoekenners aan Hogeschool Leiden toekennen na afloop van zo'n voorlichting. Tot slot brengt het onderzoek de wensen en behoeften van de doelgroep in kaart met betrekking tot het maken van een bewuste studiekeuze, om deze bevindingen te gebruiken in het advies om de voorlichtingen te optimaliseren.



Deelvraag identiteit

1. Wat is de identiteit van Hogeschool Leiden, bestaande uit haar persoonlijkheid, symboliek, gedrag en communicatie?

Deelvraag observatie voorlichtingen

2. Hoe zien de huidige voorlichtingen van Hogeschool Leiden eruit in de praktijk?

Deelvraag imago

3. Hoe ervaren studietoekers in Leiden en omstreken het imago van Hogeschool Leiden na het bijwonen van een voorlichting?

Deelvraag wensen en behoeften studietoekers

4. Wat zijn de wensen en behoeften van studietoekers in Leiden en omstreken om een bewuste keuze voor een vervolgstudie/hogeschool te kunnen maken?

2.5 Doelgroep

Het onderzoek richt zich op de studietoekers van toeleverende middelbare scholen in Leiden en omstreken. Dit zijn middelbare scholen in Leiden, Den Haag, Delft en Naaldwijk waar Hogeschool Leiden in het najaar van 2017 bij aanwezig is op voorlichtingsmarkten en opleidingen-/ beroepenmarkten. De doelgroep is hierna te noemen als: studietoekers of studietoekers in Leiden en omstreken. De term 'studietoeker' houdt in dat de scholier zich bevindt in één van de laatste jaren van zijn/haar opleiding op de middelbare school en bezig is met het oriënteren op een vervolgstudie. Op deze jaren zijn ook de voorlichtingsmarkten gericht die Hogeschool Leiden geeft op de middelbare scholen.

De onderzoeksgroep bestaat uit scholieren die zich op dit moment bevinden in het vierde of vijfde leerjaar van het havo. Een voorwaarde voor deze groep is dat de scholier een voorlichting heeft bijgewoond waar Hogeschool Leiden bij aanwezig was. Daarnaast dient deze groep antwoord te kunnen geven op het beeld dat zij van Hogeschool Leiden hebben en hoe de voorlichting hieraan bijgedragen heeft. De 4 of 5 havo scholier bevindt zich in één van de laatste jaren van zijn/haar opleiding, is bezig met het oriënteren op een eventuele vervolgstudie en dienen vaak verplicht aanwezig te zijn op voorlichtingsmarkten door de middelbare school. Tevens bestaat de directe instroom binnen het hoger beroepsonderwijs veruit het meeste uit havo-scholieren dan uit mbo- en vwo-scholieren (Rijksoverheid, z.d.).

2.6 Grenzen van het onderzoek

Het onderzoek richt zich op de identiteit en het imago van Hogeschool Leiden. Wat betreft de identiteit focust het onderzoek zich enkel op de vastgestelde identiteit die beschreven staat in het huisstijlhandboek, instellingsplan en enkele anderen documenten die de identiteit van de hogeschool weergeven. Gesprekken met enkele faculteitsdirecteuren en onderwijsmanagers dienen deze geschreven identiteit te bevestigen. Het onderzoek richt zich niet op gewenste of



gevoelde identiteit. De keuze om alleen te richten op de geschreven identiteit is gemaakt om enkel vast te stellen wat Hogeschool Leiden op papier aan identiteit uitdraagt, om later te kunnen toetsen of dit overeenkomt met het imago dat naar voren komt in haar voorlichtingen. Of medewerkers en huidige studenten deze identiteit voelen is in dit onderzoek niet van belang voor het vaststellen of de identiteit in lijn is met het imago dat studiezoekers aan de hogeschool toekennen.

Wat betreft het imago richt het onderzoek zich enkel op het imago dat Hogeschool Leiden creëert bij studiezoekers naar aanleiding van de gegeven voorlichtingen. Het onderzoek focust niet op het interne imago bij medewerkers of huidige studenten. Het onderzoek baseert zich op het imago dat naar voren komt vanuit de voorlichtingen teneinde deze te kunnen verbeteren. Daarom richt het onderzoek zich alleen op de doelgroep die deze voorlichtingen meemaakt.

Het onderzoek kent geen concurrentieonderzoek. Tijdens het observeren van de voorlichtingen en in diepte-interviews vergelijkt de onderzoeker een aantal aspecten met aanwezige concurrenten om het imago van Hogeschool Leiden helderder te krijgen. Echter, de concurrentie is niet van belang bij het vaststellen van de weerspiegeling van identiteit en imago van de hogeschool. Het onderzoek betreft namelijk geen positioneringsvraagstuk.

Het onderzoek is uitgevoerd met behulp van kwalitatief onderzoek. Kwantitatieve onderzoeksmethoden past de onderzoeker niet toe om diepgang en achterliggende motivatie te belichten (zie *Hoofdstuk 6: Methodologie*).

Het in de aanleiding genoemde rapport meldt dat Hogeschool Leiden zich focust op het realistischer maken van de voorlichtingen hogeschool breed. Dit geschiedt als uitgangspunt om dit onderzoek ook hogeschool breed te trekken. Het imago en de voorlichtingen per opleiding neemt het onderzoek niet apart. Wel probeert het onderzoek respondenten met interesses in verschillende opleidingen op te nemen, om het imago hogeschool breed te kunnen trekken.

Het genoemde rapport beschrijft de voorlichtingen te verbeteren naar aanleiding van het verminderen van uitvallers en langstudeerders. Echter, de doelstelling belicht enkel het voorkomen van uitvallers. Een snellere evaluatie over de werking van het onderzoek kan dan plaatsvinden na het eerste jaar na de start van een nieuw studiejaar.

Het onderzoek is gericht op het verbeteren van voorlichtingen en onderzoekt deze ook. De voorlichtingen die in dit onderzoek centraal staan zijn de voorlichtingsmarkten op middelbare scholen in Leiden en omstreken en de open dag van Hogeschool Leiden. Andere vormen van voorlichting die de hogeschool aanbiedt, belicht het onderzoek niet.

3. Situatieschets

Het volgende hoofdstuk stelt centraal wat de identiteit van Hogeschool Leiden is, hoe het doel om de uitvallers te voorkomen middels betere voorlichting ontstaan is en hoe eerdere onderzoeken de belangrijkste factoren binnen het studiekeuzeproces belichten. De laatste twee onderwerpen hebben als doel het verkrijgen van inzicht in het ontstaan van de vraag naar betere voorlichting en de totstandkoming van de studiekeuze.

3.1 De identiteit van Hogeschool Leiden

Het vaststellen van de identiteit van Hogeschool Leiden is één van de deelvragen in dit onderzoek. Middels bestaande literatuur, middelen en gesprekken met de hogeschool is deze identiteit weergegeven (zie *Hoofdstuk 6: Methodologie*). De identiteit stelt zich op aan de hand van de hogeschool haar persoonlijkheid, symboliek, gedrag en communicatie.

3.1.1 Persoonlijkheid

Hogeschool Leiden is een multisectorale hogeschool in de Randstad die typerend is aan haar omvang, kleinschaligheid en toegankelijkheid (Mur, 2017). Hogeschool Leiden noemt zichzelf een open en toegankelijke hogeschool die studenten ruimte biedt eigen keuzes te maken. Kwaliteit en inspirerend onderwijs staan volgens de hogeschool centraal. Daarnaast wil Hogeschool Leiden zich onderscheiden aan de hand van persoonsvorming, maatschappelijke verantwoordelijkheid, duurzaamheid en het ontwikkelen van interculturele en internationale competenties (Hogeschool Leiden B., z.d.).

De sfeer van Hogeschool Leiden typeert zich door de omvang van de school. Het kleinschalige maakt het mogelijk dat de hogeschool persoonlijk is, waarin nauw contact tussen studenten en docenten centraal staat en samenwerkingen binnen opleidingen mogelijk is. Diversiteit – zowel in opleidingen als in de studentenpopulatie – is voor Hogeschool Leiden belangrijk, waarin zij ook de ruimte geeft dit na te streven (Mur, 2017). Een citaat die weergeeft waar Hogeschool Leiden voor staat, is te vinden op haar website:

“Hogeschool Leiden is een open en toegankelijke hogeschool waar studenten de ruimte hebben eigen keuzes te maken. Bij onze hogeschool staan we voor kwaliteit en bieden we goed en inspirerend onderwijs. Centraal in onze aanpak staat het binden en boeien van studenten, om te zorgen dat studenten gaan leren en blijven leren. In onze opleidingen besteden we aandacht aan persoonsvorming, het stimuleren van maatschappelijke verantwoordelijkheid en duurzaamheid en de ontwikkeling van interculturele en internationale en multiculturele competenties.” – (Hogeschool Leiden B, z.d.)



In bovengenoemde citaat verschuilt het stuk wederkerigheid dat faculteitsdirecteur en opleidingsmanager beamen als eigenheid van Hogeschool Leiden. De hogeschool zegt veel te doen voor de student, maar verwacht daar ook veel van de student voor terug (Hogeschool Leiden B, z.d.).

3.1.2 Symboliek

De symboliek die de hogeschool toepast voor de basis van al haar uitingen, staat beschreven in het in 2013 opgestelde huisstijlhandboek (Hogeschool Leiden, 2013). Hogeschool Leiden creëerde dit huisstijlhandboek naar aanleiding van de implementatie van de nieuwe huisstijl datzelfde jaar.

Het basisprincipe in de presentatie is herkenbaarheid en onderscheidenheid. Hogeschool Leiden legt hierin de focus op het betrokken zijn bij de studenten en de omgeving waarin zij functioneren. Daarnaast streeft de hogeschool naar een persoonlijke uitstraling middels het formaat van de hogeschool, de open, directe omgangsvorm en de rol als begeleider.

De hogeschool brengt dit naar buiten middels de volgende richtlijnen voor de symboliek (Hogeschool Leiden, 2013):

- **Concept en toon**
Uitstralen van trots naar studenten en het centraal stellen van hen en hun interessewereld.
- **Logo & Pay-off**
Het logo blijft vertrouwd en onveranderd en dient te zorgen voor een herkenbaar gevoel bij de diverse doelgroepen van de hogeschool.
- **Fotografie**
Voor het fotogebruik hanteert de hogeschool een 'colorized/ontkleurde' fotografiestijl om de persoonlijkheid en echtheid van het model te benadrukken. Tevens dient het beeldmateriaal de diversiteit van de opleidingen en de studentenpopulatie uit te stralen (Mur, 2017).
- **Spotlight**
Communicatie-uitingen kennen een 'Spotlight' die de nadruk legt op de boodschap en het overkoepelende statement.
- **Iconen**
De hogeschool, al haar opleidingen en elk lectoraat kennen ieder een eigen icoon.
- **Kleurstelling**
De kleurstelling van het logo is de leidraad in de gehele huisstijl. Hogeschool Leiden benoemt de turquoise kleur als herkenbaarheid van de hogeschool.



De basiselementen van de huisstijl moeten motiverend en verklarend, persoonlijk en karakteristiek, opleidingsgericht en verbeeld zijn. Ook dienen ze focus en aandacht uit te stralen (Bijlage I). Hogeschool Leiden bewaakt de consistentie van de huisstijl en controleert periodiek of deze nog past bij wat de hogeschool wil uitstralen (Mur, 2017).

Voor 2013 baseerde de huisstijl van Hogeschool Leiden zich op roze en paarse kleuren. De pay-off die met de nieuwe huisstijl tot stand kwam, was *“Hogeschool Leiden Denkt, Doet, Voelt”*. Deze pay-off stond echter afgebeeld er verwarring ontstond bij het lezen. Wegens de verwarring en discussie over de pay-off, is deze op het moment van het onderzoek niet meer vindbaar in de uitingen. Een nieuwe slogan die de hogeschool op dit moment regelmatig hanteert is *“Je moet ze van Hogeschool Leiden hebben!”*. Bij deze slogan geeft Hogeschool Leiden aan dat zij streeft naar het opleiden van studenten die goed aansluiten op het werkveld, wat ook bij zal dragen aan het succes van de hogeschool (Hogeschool Leiden C, z.d.).

3.1.3 Gedrag

Het gedrag van Hogeschool Leiden beslaat hoe zij haar doelen nastreeft en haar houding ten opzichte van de doelgroep. Voor de gedragskenmerken belicht het onderzoek het streven naar kwaliteit, samenwerkingen, de beloftes die Hogeschool Leiden doet en hoe deze haar definiëren.

Hogeschool Leiden noemt kwaliteit als belangrijk speerpunt binnen de hogeschool. Hierin zegt zij dat haar medewerkers staan voor kwaliteit en het verzorgen van goed onderwijs het uitgangspunt is waaruit het proces van kwaliteitszorg op de hogeschool is ingericht (Hogeschool Leiden D, z.d.). Om dit na te streven, leeft de hogeschool via de plan-do-act-cyclus: het cyclische proces waarin de hogeschool leert van eigen resultaten om het onderwijs en de ondersteuning hiervan te blijven verbeteren. Tevens kennen alle opleidingen die Hogeschool Leiden aanbiedt een accreditatie door de Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (Hogeschool Leiden D, z.d.).

Samenwerkingen van Hogeschool Leiden zijn onder andere met het centrum van Leiden voor innovatie en ondernemerschap, tussen opleidingen voor het samenstellen van een nieuw curriculum en het hogeschool-brede honoursprogramma (Mur, 2017). De keuzes die Hogeschool Leiden maakt om zich te profileren, zijn weloverwogen keuzes. Zo zit de hogeschool in het Bio Science Park en werken ze nauw samen met onderwijsinstellingen en het MKB in de regio. Tevens benoemt de hogeschool dat zij niet bezig is met zich te onderscheiden van andere scholen, maar vooral kijkt naar hoe zij het zelf goed kan doen (Mur, 2017).

In 2016 stelde Hogeschool Leiden een instellingsplan op waarin zij de ambities voor de komende zes jaar (2017-2022) vaststelt. Dit instellingsplan doet een vijftal beloftes aan de



studenten van de hogeschool, het werkveld en aan de hogeschool zelf. De beloftes representeren wat Hogeschool Leiden als hogeschool belangrijk vindt, maar ook waar zij nog aan werkt. Om de beloftes concreet te maken en in de praktijk te brengen, stelt de hogeschool elke twee jaar een werkagenda op waarin zij de beloftes vertaalt in duidelijke ambities en acties. De beloftes zijn (Van den Eijnden en Mur, 2016):

Hogeschool Leiden ...

- *... kent de student, de student kent ons;* waarin de hogeschool weet wie haar studenten zijn, waar ze vandaan komen en hoe het met hun studie gaat. Begeleiding tijdens de oriëntatie op de opleiding/het beroep en tijdens de studie staan hierin centraal.
- *... helpt de student actief en voltijds te studeren;* met wederkerigheid als uitgangspunt. Hierin biedt de hogeschool structuur, flexibiliteit en ruimte voor eigen keuzes.
- *... verzorgt goed beroepsonderwijs, in, met en voor het werkveld;* door gekwalificeerde professionals op te leiden die beschikken over een kritische houding. Het kunnen functioneren in de veranderende beroepspraktijk stelt de hogeschool hierin voorop.
- *... is een leergemeenschap: iedereen doet ertoe, hoort erbij, bouwt mee en draagt bij;* Hogeschool Leiden biedt de ruimte dat studenten, docenten, onderzoekers, alumni en professionals uit het werkveld elkaar kunnen ontmoeten in een gemeenschap waar zij zich thuis en veilig voelen.
- *... is een goed georganiseerde hogeschool;* waarin efficiëntie en hoogwaardige dienstverlening centraal staat. De hogeschool maakt haar keuzes op basis van organiseerbaarheid, betaalbaarheid en uitvoerbaarheid.

3.1.4 Communicatie

In haar communicatie wil Hogeschool Leiden laten zien waar zij voor staat middels het uitdragen en visueel ondersteunen van de filosofie. Het communicatieconcept is, net als de symboliek, gebaseerd op de eigen, herkenbare uitstraling van de hogeschool. Het uitgangspunt hiervoor is een oprechte, motiverende boodschap gericht op bewustwording. Het communicatiestatement dat hierin centraal staat is de kwaliteit van Hogeschool Leiden en haar rol om haar doelgroepen tot denken te zetten (Hogeschool Leiden, 2013). Ook geeft zij aan een ontwikkeling door te maken waarin de opleidingen van de hogeschool zelf voor de content zorgen in de uitingen van hun eigen opleiding (Mur, 2017).

Het huisstijlhandboek van Hogeschool Leiden kent tevens enkele voorwaarden die zij door dient te voeren in het communicatieconcept. Deze voorwaarden zijn (Hogeschool Leiden, 2013):

- Onderscheiden in zowel beeld als boodschap;
- Gericht op de (regionale) onderwijsmarkt;
- Focus op voorlichting;
- Flexibel inzetbaar voor alle doelgroepen;
- Vertaalbaar naar alle middelen;
- Opvallend en eigentijds.

Hogeschool Leiden heeft een breed scala aan interne en externe communicatiemiddelen, afhankelijk van de doelgroep. Enkele van de externe middelen bedragen de website, (opleidings)brochures, posters/banners en sociale media. De doelgroepen die Hogeschool Leiden kent, zijn:

- Aankomende studenten en scholieren;
- Studenten en alumni van Hogeschool Leiden;
- Hogeschool Leiden geïnteresseerden (decanen, ouders, onderwijzers, influentials, etc.);
- Het werkveld;
- Onderwijspartners;
- Huidige en toekomstige medewerkers.

Daarnaast benadrukt Hogeschool Leiden dat het belangrijk is dat zij, in haar voorlichtingen naar aankomende studenten en scholieren, uitstraalt dat zij voorlichtend en gastvrij is en een realistisch beeld geeft van wie zij is en hoe zij zich richt op verschillende doelgroepen (Mur, 2017). De belangrijkste communicatiemiddelen die de hogeschool inzet tijdens haar voorlichtingen, zijn de website en de opleidingsbrochures. De website weergeeft per opleiding informatie over inschrijving en toelating, toekomstperspectief, hulp bij studiekeuze (studiekeuze-app, studiekeuzecheck, proefstuderen of checklist studiekeuze; bij elke opleiding verschillend), waarom de opleiding bij de scholier past, opbouw van de opleiding en waarom de scholier in Leiden moet studeren. De opleidingsbrochure kent een soortgelijke opbouw, maar minder uitgebreid (Hogeschool Leiden A, z.d.).

3.2 Groei, uitval en bachelorrendement

De aanleiding van het onderzoek betreft de niet-behaalde prestatieafspraken omtrent uitval en bachelorrendement. Om inzicht te krijgen in het ontstaan van deze aanleiding, neemt het onderzoek de groei van Hogeschool Leiden onder de loep en hoe dit uiteindelijk gevolgen heeft gehad op de prestaties van de hogeschool.

Sinds 2006 is de groei van het aantal studenten bij Hogeschool Leiden bijna elk jaar het dubbele van het landelijke gemiddelde hoger beroepsonderwijs. De instroom lag in 2012 tot 2015 gemiddeld 36% hoger dan landelijk (Langerak, 2016). De hogeschool geeft aan dat deze



enorme groei de kwaliteit van het onderwijs niet heeft beïnvloed, maar wel dat het studiesucces onder druk staat te wijten aan het hoge aantal studenten. Dit laatste komt mede door het investeren in de professionalisering van een groot aantal nieuwe docenten en het aanpassen van procedures en processen.

In juli 2016 verscheen een rapport over gestelde prestatieafspraken die Hogeschool Leiden niet heeft kunnen realiseren, genoemd *Het verhaal achter de cijfers – Prestatieafspraken Hogeschool Leiden*. Dit ging met name om het bachelorrendement van 56,4%, waar afgesproken was 69% te behalen, en de uitval van 33,5%, waar afgesproken was 33,2% te behalen (Langerak, 2016).

Hogeschool Leiden haalt enkele lessen uit de huidige aanpak aan de hand van de niet behaalde prestatieafspraken. Zo geeft zij aan meer aandacht te besteden aan voorlichtingen en het maken van bewuste keuzes middels studiekeuzechecks. De hogeschool kiest zogezegd niet voor een *'one size fits all'*-aanpak en hecht daarmee waarde aan een correcte matching met geïnteresseerde studietoekers. Ook zegt Hogeschool Leiden zich te blijven inzetten voor een realistisch beeld hogeschool breed ter bevordering van de bewuste studiekeuze en het uiteindelijke studiesucces (Langerak, 2016).

In het rapport stelt Hogeschool Leiden een aantal maatregelen op om de resultaten omtrent uitval en het bachelorrendement te verbeteren. Deze maatregelen zijn (Langerak, 2016):

- Het stimuleren van de vorming van een leergemeenschap. Duidelijk maken wat ze zowel van studenten als van de hogeschool verwachten;
- Het stimuleren van het maken van een bewuste keuze door goede voorlichting;
- Extra begeleiding in het eerste studiejaar;
- Ontwikkelen van flexibele en brede propedeuses;
- Het stimuleren van activerende didactiek, intensieve begeleiding, werkvormen en opdrachten.

De tweede maatregel beslaat de achterliggende leidraad in dit onderzoek.

3.3 Hoe maakt een studietoeker een keuze

Om inzichtelijk te krijgen hoe studietoekers een studiekeuze en keuze voor een vervolgschool maken, raadpleegt het onderzoek enkele rapporten die dit onderwerp belichten.

Het Nationaal Studiekeuze Onderzoek publiceerde in februari 2017 een rapport om het studiekeuzeproces van scholieren en studenten inzichtelijk te maken. Het onderzoek is gedaan onder middelbare scholieren en mbo-, hbo-, en wo-studenten in Nederland. Het rapport stelt



vast dat sfeer en plezier belangrijk zijn in het kiezen van een vervolgopleiding. Daarnaast zijn baankansen en het aansluiten op capaciteiten en ambities ook van belang bij het maken van een keuze. Onder de belangen in het keuzeproces van de vervolgschool vormen kwaliteit, sfeer, de aangeschreven naam en het imago/de reputatie van de school belangrijke factoren (Meulenbroeks, de Beule & Zwegers, 2017).

Andere bevindingen uit het Nationaal Studiekeuze Onderzoek zijn (Meulenbroeks, de Beule & Zwegers, 2017):

- De belangrijke rol van ouders en vakdocenten bij het oriëntatie- en studiekeuzeproces;
- De open dagen, de website, de meeloopdag en het proefstuderen als meest gebruikte informatiebron voor scholieren voor het maken van een studiekeuze;
- Het winnen van informatie kan volgens scholieren en studenten het beste bij beroepen-/voorlichtingsavonden;
- De informatievoorziening en ondersteuning vanuit middelbare scholen beoordelen scholieren slechts met een 6,3. De informatievoorziening van de vervolgopleiding beoordelen scholieren en studenten met een 7,1;
- Er bestaat een significant verband tussen de beoordeling van de informatievoorziening en de neiging/het uiteindelijke besluit om te switchen van opleiding.

Diverse onderzoeken uit het Verenigd Koninkrijk bestempelen het imago/de reputatie van een onderwijsinstelling ook als een van de meest belangrijke factoren die het keuzeproces van scholieren en studenten beïnvloeden, naast onder andere locatie, afstand, inhoud van de opleiding en baankansen (Walsh, Moorhouse, Dunnett & Barry, 2015). In Duitsland benoemen studievoorzieners de reputatie tevens als een belangrijk factor, gevolgd door kwaliteit en diversiteit (Obermeit, 2012).



4. Theoretisch kader

Deze scriptie onderzoekt identiteit en imago. Het theoretisch kader bevat theorie over deze begrippen. De discussie omtrent het definiëren van identiteit en imago resulteren in het zoeken naar een relatie tussen deze twee. Daarnaast helpen theorieën en kritieken van diverse onderzoekers te zoeken naar een passende theorie om het vraagstuk te analyseren, met als uitkomst een conceptueel model om een oplossingsrichting voor de probleemstelling te vinden.

4.1 Identiteit en imago

De vaktermen identiteit en imago zijn een onderdeel van corporate communicatie en branding (Van Riel, 2010). Het onderwerp kent daarbij een overvloed aan literatuur en onderzoeken, met name in de hoek van design en marketingcommunicatie (Abratt, 1989). Allereerst is het van belang om dieper te kijken naar de begrippen om vast te stellen waar het onderzoek uiteindelijk naar op zoek is.

4.1.1 Identiteit

Het begrip identiteit is een van de twee centrale begrippen in dit onderzoek. Onderzoekers veronderstellen dat wat betreft de definitie van een organisatie-identiteit, een unaniem antwoord vrijwel niet bestaat (Van Riel, 2010). Hatch en Schultz (2000) ondervinden de term zelfs als totale spraakverwarring. Balmer (1997) stelt dat de definitie van identiteit veranderlijk is afhankelijk vanuit welke positie je kijkt naar het begrip.

De definitie van identiteit kan uit verschillende invalshoeken voortkomen. Zo is er weinig consensus over het begrip tussen designers, communicatieadviseurs en adviseurs omtrent verandermanagement (Van Riel, 2010). Hieronder volgen een aantal parafrases vanuit verschillende hoeken.

Auteur en designer Olins (1978) stelt over identiteit dat het een tastbare verschijning is die de persoonlijkheid van een organisatie reflecteert en weergeeft. Onderzoekers Albert en Whetten (1985) geven aan dat een organisatie-identiteit om te vatten is als a) wat volgens de organisatie centraal staat b) wat de organisatie onderscheidt van anderen c) welke waarden zowel in het verleden als in de toekomst belangrijk zijn voor de organisatie. Gray en Balmer (1998) stellen dat corporate identity de realiteit en uniekheid van een organisatie is die zij relateert aan haar interne en externe imago middels corporate communicatie. Tot slot noemen Birkigt en Stadler (1988) de organisatie-identiteit als een zelfpresentatie en het gedrag van een organisatie die zowel strategisch gepland als intern en extern operationeel ingezet is. Volgens hen komt het voort uit een organisatiefilosofie, langetermijndoelstellingen en een gewenst imago die uiteindelijk als doel hebben naar buiten te treden als een gelijkgestemd geheel.



Aanvullend op bovenstaande definities stelt Van Tonder (2004) dat een organisatie twee verschillende identiteiten kent. Allereerst kent een organisatie een corporate identiteit: de visuele aspecten binnen een organisatie als een pay-off, logo, huisstijl, missie en visie en de organisatiecultuur. Daarnaast valt het onderscheidende karakter van de organisatie en hoe zij dit extern uit onder de organisatie-identiteit. Volgens Albert en Whetten (1985) vormt een organisatie-identiteit zich door het geheel van kenmerken die leden van de organisatie als typerend beschouwen. Ook benoemen zij drie criteria voor welke kenmerken een organisatie relevant mag achten als onderdeel van de identiteit: de kenmerken stralen continuïteit uit, laten zien wat de organisatie onderscheidend maakt en moeten centraal in de organisatie aanwezig zijn.

4.1.2 Imago

De term imago is het tweede begrip dat centraal staat in dit onderzoek. Letterlijk betekent het woord imago ‘*afdruk van de werkelijkheid*’ (Van Riel, 2010). Echter, het begrip *corporate imago* kent wederom verschillende opvattingen.

Onderzoeker Abratt (1989) benoemt dat, ondanks het overvloed in literatuur over dit onderwerp, het begrip weinig duidelijkheid kent en er geen universeel geaccepteerde definitie bestaat. De verwarring laat zich zien in diverse begripsbepalingen van corporate imago. Zo definiëren Gray en Smeltzer (1985) imago als de impressie die het publiek draagt van de gehele organisatie. Topalian (1984) beschrijft het imago als het profiel van – of de som van – de impressies en verwachtingen die het publiek in hun perceptie vaststelt over de organisatie. Selame en Selame (1975) zeggen dat het imago bestaat uit geplande en ongeplande verbale en visuele elementen die voortkomen uit de corporate persoonlijkheid en daarbij een impressie achterlaten op het publiek. Tot slot stellen Birkigt en Stadler (1988) dat het corporate imago het publieke imago is dat ook wel de geprojecteerde identiteit is in de sociale sector.

Over de totstandkoming van een corporate imago benadrukt Bernstein (1984) dat dit niet is wat de organisatie gelooft dat zij is, maar dat het voorkomt uit de gevoelens en overtuigingen die bestaan in het hoofd van het publiek gebaseerd op hun ervaring en observatie. Daarnaast stelt hij dat niet elke impressie leidt tot een imago ervan uitgaande dat een individu bewust dan wel onbewust selecteert welke impressies bijdragen aan het imago dat hij over een organisatie vormt.

Het is belangrijk dat een organisatie gezamenlijke inspanningen volbrengt om haar corporate imago te beheren (Abratt, 1989). Het beheren van dit corporate imago is volgens Gray (1986) de sleutel tot veiligheid, zekerheid en het vasthouden van het vertrouwen van het publiek. Daarnaast heeft het hebben van een positief imago invloed op de afzet van producten en



diensten en geeft het vertrouwen in de organisatie bij interne en externe doelgroepen (Blauw, 1994).

4.1.3 De relatie tussen identiteit en imago

Wegens het gebrek aan consensus over een geaccepteerde allesomvattende definitie van zowel het begrip identiteit als het begrip imago bestaat er tevens discussie over de relatie tussen de twee termen.

Volgens Abratt (1989) is het duidelijk dat er een relatie bestaat tussen persoonlijkheid, identiteit en imago. Hij benoemt dat elke organisatie een persoonlijkheid heeft die voortkomt uit de karakteristieken van een organisatie – zowel gedragsmatig als intellectueel. Deze karakteristieken dienen een organisatie te onderscheiden van haar concurrenten. De persoonlijkheid projecteert zich in bewuste kenmerken en vormt zich tot een identiteit. De algehele indruk bij deze kenmerken dragen bij aan het imago dat ontstaat in het hoofd van het publiek (Abratt, 1989).

Het primair belang is om een overeenkomst te krijgen tussen de corporate identiteit en het corporate imago (Schoemaker & Vos, 1989). Onderzoekers Schoemaker en Vos (1989) stellen dat als een organisatie een helder imago kent dat zich weerspiegelt aan haar identiteit, het publiek zich beter een beeld kan vormen van waar een organisatie voor staat.

4.2 Theorieën

Het onderzoek beschrijft kritisch enkele theorieën met het oog op het onderzoeken van identiteit en imago, om vast te kunnen stellen welke theorie het meest geschikt is voor het vraagstuk van Hogeschool Leiden.

De Corporate Identity MVIII van Birkigt en Stadler (1988) baseert zich op hoe de persoonlijkheid van een organisatie resulteert in drie elementen: haar symboliek, gedrag en communicatie. Deze elementen geven uiteindelijk de identiteit van een organisatie weer, die zij kan laten weerspiegelen in haar imago.

Het model en bijbehorende theorie gaat, ten opzichte van de hiervoor behandelde theorie, dieper in op de aspecten die de identiteit van een organisatie in kaart brengen. Niet alleen kijkt de Corporate Identity MVIII naar de perceptie van de organisatie naar zichzelf en het publiek naar de organisatie, tevens brengt de theorie in kaart hoe een organisatie de kenmerken uit haar persoonlijkheid vertaalt naar symboliek, gedrag en communicatie. Deze elementen maken concreet op welke manieren Hogeschool Leiden haar persoonlijkheid naar buiten brengt en kan zich zo tegenover de weerspiegeling van deze elementen in het imago zetten. Echter,



onderzoekers veronderstellen dat de theorie van Birkigt en Stadler (1988) door de leeftijd van de theorie in de huidige maatschappij niet meer volstaat. Balmer (2002) beschrijft in zijn kritiek op de theorie dat er meer (externe) aspecten van belang zijn om de identiteit van een organisatie vast te stellen dan enkel de elementen die beschreven staan in de theorie van Birkigt en Stadler (1988).

Na de kritiek op de theorie van Birkigt en Stadler (1988), volgde het Reputatieschema van Balmer en Van Riel (1997) – ook wel: Corporate Identity Management. Beide onderzoekers gebruikten de theorie en bijbehorend model van Birkigt en Stadler (1988) als een uitgangspunt, maar vonden toch een gebrek aan de theorie. Volgens hen bestond de identiteit en het imago uit meer dan enkel het beeld van de organisatie gebaseerd op haar persoonlijkheid. De historie van de organisatie, de strategie die zij hanteert en haar resultaten – samengevoegd met de drie elementen van de corporate identity mVIII – dient een organisatie mee te nemen in het vaststellen van de corporate identity en imago. Tevens onderzoekt de theorie de invloed van externe factoren – bijvoorbeeld het gedrag van concurrentie, stakeholders en afnemers.

Met het in kaart brengen van al deze aspecten van Balmer en Van Riel (1997) kan Hogeschool Leiden, naar eigen zeggen van deze onderzoekers, haar identiteit en imago in een ruimer perspectief weergeven. De theorie heeft als doel het verkrijgen van een gunstige reputatie bij stakeholders zodat de organisatie een voorkeurspositie bij hen creëert. Echter, de vraag is of dit ruimere perspectief past bij de vraagstelling van dit onderzoek.

Een theorie die zich baseert op de identiteit van een organisatie, is de AC2ID Test of Corporate Identity Management van Balmer (2001). Deze theorie is een uitbreiding van de auteur op de in 1999 ontwikkelde ACID Test of Corporate Identity Management samen met Soenen (Balmer & Soenen, 1999). De eerst ontwikkelde theorie gaat uit van vier verschillende identiteitstypen binnen een organisatie: de werkelijke identiteit, gecommuniceerde identiteit, ideale identiteit en gewenste identiteit. Balmer (2001) voegde daar later een vijfde identiteitstype aan toe: de conceived identiteit – de visie die belanghebbenden toekennen aan de organisatie. Het uiteindelijke doel van deze theorie is het vinden van overeenstemmingen tussen de verschillende identiteitstypen om na te gaan waar eventuele verandering nodig is (Balmer, 2001).

Wanneer een onderzoek uitgaat van de theorie van Balmer (2001), kan het een inventarisatie maken van de identiteitsverandering en de samenhang tussen de diverse identiteitstypen. Balmer (2001) stelt daarmee ook dat een gebrek aan overeenstemming tussen de identiteitstypen kan resulteren in een conflict binnen de organisatie. De theorie kijkt door de aanvulling met de conceived identiteit meer naar het beeld dat belanghebbenden toekennen aan de organisatie in navolging op de oorspronkelijke ACID Test of Corporate Identity



Management. Echter, Balmer en Soenen (1999) gaan met deze theorie voornamelijk in op de identiteit van de organisatie waarbij ze het in kaart brengen van het imago niet volledig in acht nemen. In dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in het imago van Hogeschool Leiden wel van belang.

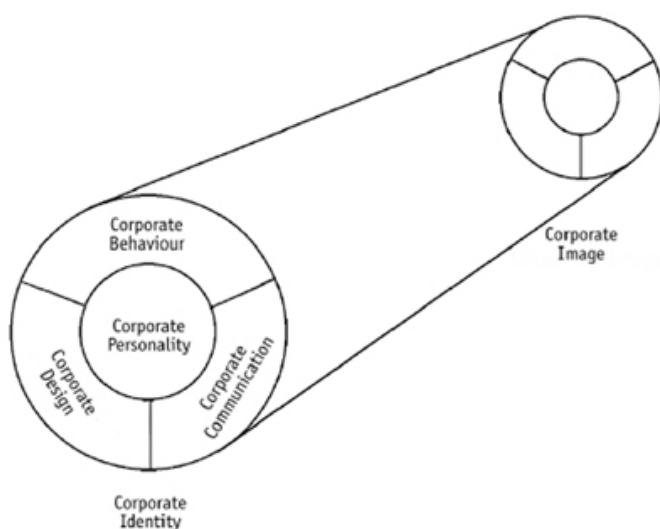
Aldersey-Williams (2000) stelt dat het begrip corporate identity niet meer relevant is. Tevens bespreekt hij de groeiende kloof tussen hen die corporate identity percipieert als enkel een onderdeel van grafisch design en hen die het van multidisciplinair oogpunt bekijken. Het artikel van Aldersey-Williams (2000) was voor Balmer (2002) aanleiding genoeg voor het verbeteren van de, in hun oogpunt waarschijnlijk niet meer actuele, Corporate Identity MVIII van Birkigt en Stadler (1988). In zijn nieuwe versie op deze mVIII, stelt hij zeven nieuwe elementen centraal: strategie, structuur, communicatie en cultuur versus omgeving, stakeholders en reputaties (Balmer, 2002).

De theorie geeft een vernieuwing weer van de eerder besproken Corporate Identity MVIII van Birkigt en Stadler (1988). Deze theorie kende een groeiende vraag over de datering van de theorie en of deze nog wel te beschouwen is als actueel – een van de uitgangspunten voor Aldersey-Williams (2000) en Balmer (2002). Dankzij de nieuwe elementen besteedt de theorie van Balmer (2002) aandacht aan meer inhoudelijke factoren als strategie en cultuur dan de oorspronkelijke corporate identity mVIII, die zich meer lijkt te richten op visuele aspecten. Daarnaast neemt de theorie enkele externe factoren als omgeving en stakeholders in acht. Echter, de theorie verklaart niet hoe deze interne en externe factoren van de identiteit tot stand kunnen komen in het corporate imago van Hogeschool Leiden.

4.3 Conceptueel model

De theorie die het meest aansluit bij het in lijn brengen van een organisatie haar identiteit met haar imago, is de theorie over corporate identity met de Corporate Identity MVIII van Birkigt en Stadler (1988). Het vraagstuk zocht naar een theorie die zowel de corporate identity als het corporate imago van een organisatie vaststelt om dit uiteindelijk tegenover elkaar te zetten. Enkele theorieën die kritiek gaven op de theorie van Birkigt en Stadler (1988), lieten zich uitbreiden of vernieuwen met voornamelijk externe factoren. Echter, voor dit onderzoek volstaat het toetsen van identiteit en imago op basis van de elementen van de originele Corporate Identity MVIII. Dit heeft met name als reden dat middels observatieonderzoek is gezien dat Hogeschool Leiden de elementen symboliek, gedrag en communicatie inzet tijdens haar voorlichtingen om een beeld achter te laten bij de studievoorzitters. Factoren als cultuur en organisatiestrategieën waren hier minder van belang. De drie elementen van Birkigt en Stadler zijn voor de beeldvorming in dit onderzoek voldoende.

Birkigt en Stadler (1988) beschrijven de *corporate identity* als een samenhangende relatie tussen het uiterlijk, de woorden en de acties die voortkomen uit de persoonlijkheid en het zelfbegrip van een organisatie. Zij zien de persoonlijkheid als dynamische kern en uitgangspunt voor het verwezenlijken van de symboliek, het gedrag en de communicatie. Tegelijkertijd is volgens hen het *corporate image* de projectie van de identiteit van de organisatie op de omgeving. Idealiter is het resultaat dat het imago een weerspiegeling is van de identiteit in de hoofden en harten van mensen: identiteit en imago staan in lijn met elkaar (Birkigt & Stadler (1988). Figuur 4.1 betreft een weergave van het conceptuele model om deze theorie te ondersteunen.



Figuur 4.1 – Corporate Identity MVIII, K. Birkigt & M. Stadler (Birkigt & Stadler, 1988)

Zoals te zien is in figuur 4.1, drukt de corporate identity mVIII de persoonlijkheid van een organisatie uit in drie verschillende elementen: *corporate design* (symboliek), *corporate behaviour* (gedrag) en *corporate communication* (communicatie). De theorie omschrijft de persoonlijkheid als het zelfbegrip van de organisatie haar bestaan, doelstellingen, functie en sociale rol. Deze uit zij via de volgende drie wegen:

Symboliek – het uiterlijk van de organisatie dat zich uit in o.a. huisstijl, logo, symbolen en stijl van spreken – volgens Birkigt en Stadler (1988) heeft de symboliek van een organisatie continuïteit nodig, maar dient zeker ook mee te veranderen met een veranderende identiteit.

Gedrag – wat de organisatie doet, het nastreven van doelen, de houding ten opzichte van stakeholders en doelgroepen – de theorie benoemt gedrag als veruit het belangrijkste en meest effectieve instrument dat, wanneer consistent ingezet, de



identiteit vormt. Symboliek en communicatie kunnen helpen met het onderstrepen van gedrag (Birkigt & Stadler, 1988).

Communicatie – verbaal en visueel verspreiden van de boodschap – Birkigt en Stadler (1988) beschrijven communicatie als het meest flexibele instrument binnen de corporate identity mVIII, omdat deze implementatie mogelijk maakt op zowel strategisch op lange termijn als snel en tactisch op korte termijn.

Middels de drie elementen van de corporate identity mVIII projecteert een organisatie een beeld naar interne en externe doelgroepen die op hun beurt een imago scheppen van de organisatie die een weerspiegeling is van de identiteit. Wegens deze drie elementen is een zoektocht naar (on)balans in de identiteit versus imago af te bakenen in drie verschillen clusters. Zo toetst het model bij de doelgroep of het imago van de symboliek overeenkomt met de symboliek van de identiteit, enzovoort.

4.4 Hypothesen

Onderstaande hypothesen vormen zich uit de theorie van Birkigt en Stadler (1988). Het onderzoek dient deze hypothesen te toetsen om ze uiteindelijk aan te nemen of te verwerpen. De operationalisatie van deze hypothesen staat beschreven in het hoofdstuk *Methoden van Onderzoek*.

Hypothese 1 – Als het uiterlijk van de organisatie niet past bij wat zij qua identiteit uitstraalt, dan moet zij haar symboliek aanpassen.

Birkigt en Stadler (1988) stellen dat wanneer een organisatie verandert in haar identiteit, haar symboliek niet kan achterblijven:

“Das Erscheinungsbild braucht Kontinuität, es bedarf aber auch eines kontinuierlichen Wandels, synchron mit einer sich wandelnden Identity.– (Birkigt & Stadler, 1988).

Het vraagstuk zoekt naar hoe Hogeschool Leiden haar identiteit in lijn krijgt met haar imago. Een onderdeel van die identiteit is de symboliek die zij gebruikt. Als de identiteit verandert, stellen onderzoekers Birkigt en Stadler (1988) dat de symboliek te allen tijde mee moet veranderen. De eerste hypothese helpt te toetsen of dit relevant is bij het in lijn krijgen van de identiteit en het imago van Hogeschool Leiden.

Hypothese 2 – Als de identiteit van de organisatie niet in lijn is met haar imago, dan is gedrag het belangrijkste element om aan te passen.

Volgens Birkigt en Stadler (1988) is gedrag veruit het belangrijkste element dat de identiteit vormt. Het gaat meer om wat de organisatie doet, dan wat zij zegt of hoe zij eruit ziet:



“Das weitaus wichtigste und wirksamste Instrument der Corporate Identity ist das schlüssige Verhalten des Unternehmens mit seinen Auswirkungen und Folgen.“ – (Birkigt & Stadler, 1988).

Bovenstaande hypothese helpt inzicht te geven in welk element van de corporate identity mVIII de organisatie dient aan te passen wanneer de identiteit en het imago niet met elkaar in lijn zijn. Zoals Birkigt en Stadler (1988) aangeven, kan het aanpassen van het gedrag een antwoord zijn op hoe Hogeschool Leiden haar corporate identity in lijn krijgt met haar imago.

Hypothese 3 – Als de doelgroep zich niet aangesproken voelt tot de identiteit van de organisatie, dan vergt het element communicatie meer afstemming op de doelgroep.

Birkigt en Stadler (1988) stellen dat, wanneer een organisatie haar communicatie tactisch wil inzetten, zij deze meer moet afstemmen op de doelgroep dan op de vertegenwoordiging van de identiteit:

“(…) Darin allerdings liegt auch die Gefährdung ihrer mittragenden Rolle für die Corporate Identity: denn die Unternehmens-Kommunikation im taktischen Einsatz ist oft – und oft notwendigerweise – mehr auf Anlass und Ansprache aktueller Zielgruppen orientiert als auf die konzeptionstreue Darstellung der Identität. Zur Erzielung maximaler Wirkung passiert es in solchen Fällen leicht, dass sie mehr »dem Volk (= Zielgruppe) aufs Maul schaut« als in die Bibel der Identity.“ – (Birkigt & Stadler, 1988).

Het vraagstuk vraagt om hoe Hogeschool Leiden haar identiteit en imago inzet om studiezoekers beter voor te lichten. De hogeschool maakt tijdens haar voorlichtingen ook gebruik van communicatiemiddelen om haar corporate identity kracht bij te zetten. Met het toetsen van de laatste hypothese kijkt het onderzoek naar of het voor de doelgroep relevant is om de communicatie afgestemd te hebben op de identiteit of op de doelgroep zelf.



5. Methodologie

Een onderzoek dient betrouwbaar en valide te zijn. Om dit te waarborgen beschrijft het volgende hoofdstuk de verantwoording van de onderzoeksmethoden die bijdragen aan het identiteit- en imago-onderzoek van Hogeschool Leiden in haar voorlichtingen. Het onderzoek kent vier verschillende methodieken voor het in kaart brengen van de identiteit, de voorlichtingen, het imago en de wensen en behoeften omtrent studiekeuze weer. Tevens geeft het hoofdstuk de operationalisatie weer van de theorie uit het voorgaande hoofdstuk.

5.1 Methoden van onderzoek

Het probleem dat in dit onderzoek onder de loep ligt, verdeelt zich in vier deelvragen. Deze deelvragen kennen elk een andere onderzoeksmethode, waarbij de eerste deelvraag twee methodieken kent. Elk van deze methodieken verantwoorden zich in deze paragraaf belichten waarom deze uiteindelijk bijdragen aan het oplossen van het kernprobleem.

5.1.1 Deskresearch

Het onderzoek gaat van start met deskresearch en komt aan bod in de *Situatieschets*. Deze vorm van onderzoek geeft meer inzicht in het vraagstuk en de opdrachtgever.

Het onderzoek betreft een vraagstuk over identiteit versus imago. De situatieschets stelt vast wie de opdrachtgever is en wat haar situatie op dit moment is. Deskresearch helpt in de eerste instantie dieper te kijken naar de eerste deelvraag. Echter, deskresearch geeft niet volledig antwoord op deze deelvraag. De volgende subparagraaf bespreekt de aanvullende methode hiervoor.

Literatuuronderzoek helpt met het zoeken naar relevante theorieën die helpen het probleem te analyseren dat aan bod komt in het *Theoretisch Kader*. Diverse wetenschappelijke bronnen bieden een groot scala aan informatie die helpen theorieën en bijbehorende problematiek te begrijpen. Verhoeven benoemt in haar boek *Wat is onderzoek* dat, voor een betrouwbaar en volledig onderzoek, literatuuronderzoek onmisbaar is (Verhoeven, 2011).

5.1.2 In gesprek met Hogeschool Leiden

Deskresearch stelt een deel van de identiteit van Hogeschool Leiden vast met behulp bestaande middelen. Echter, de onderzoeker gaat in gesprek met enkele medewerkers van Hogeschool Leiden om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen. Deze gesprekken dienen te ondersteunen wat Hogeschool Leiden aan identiteit op papier heeft staan en geven inzicht in de identiteit die niet geschreven staat om aanvulling te geven op het antwoord op de eerste deelvraag. De onderzoeker gaat voor deze inventarisatie in gesprek met de volgende personen:

Agnita Mur – lid College van Bestuur

Patrick Pijnenburg – Faculteitsdirecteur Science & Technology

Jan Jaap Hubeek – Onderwijsmanager Pabo (Educatie)

Er is gekozen voor een gesprek met het college van bestuur, omdat zij Hogeschool Leiden vertegenwoordigen en staan voor de identiteit. De onderzoeker toetst hoe deze identiteit verder in de hogeschool leeft door in gesprek te gaan met een faculteitsdirecteur en een onderwijsmanager van twee verschillende faculteiten. Voor deze functies is gekozen omdat zowel de faculteitsdirecteur als de onderwijsmanager bijdragen aan het doorvoeren van de identiteit naar de medewerkers en docenten binnen de opleidingen. De keuzes voor deze personen zijn in advies van de opdrachtgever.

Deze methodiek helpt enkel als ondersteuning en inventarisatie voor een volledig beeld van de identiteit en deze te begrijpen. Het onderzoek rekent deze methode daarom niet als een officieel kwalitatieve onderzoeksmethode. Enkel het gesprek met Agnita Mur is, wegens de concrete uitspraken over de identiteit van Hogeschool Leiden als lid College van Bestuur, in het onderzoek opgenomen (Bijlage II).

5.1.3 Observatieonderzoek

Omdat de onderzoeker op zoek is naar een zo volledig mogelijk beeld van de situatie die centraal staat in de problematiek – kort gezegd: het in lijn krijgen van de identiteit met het imago om scholieren beter voor te lichten – neemt zij deze voorlichtingen mee in haar onderzoek. Om hier een beeld van te krijgen, maakt de onderzoeker gebruik van observatieonderzoek. Het observatieonderzoek geeft antwoord op de tweede deelvraag.

Om een beeld te krijgen van hoe Hogeschool Leiden haar voorlichtingen eruit zien in de praktijk, bezoekt de onderzoeker enkele voorlichtingsmarkten en de open dag die de hogeschool in de looptijd van het onderzoek geeft. Tabel 5.1 geeft de bezochte voorlichtingen weer.

Tabel 5.1 – Bezoekschema observatieonderzoek (Bron auteur)

Wat	Waar	Wanneer
Beroepenmarkt	Stanislas College Delft	16 - 11 - 2017 19:30 – 21:30
Opleidingenmarkt	ISW Naaldwijk	22 - 11 - 2017 19:00 – 21:30
Studiemarkt	Christelijk Lyceum Delft	15 - 12 - 2017 15:00 – 17:00
Open Dag	Hogeschool Leiden	16 - 12 - 2017 10:00 – 14:00



De onderzoeker bezoekt de gekozen markten op middelbare scholen omdat zij beschikbaar waren op het moment van het ingeplande observatieonderzoek en hier ruimte was voor het observeren. Er is hierin niet geselecteerd op locatie van de middelbare school. Tevens is gekozen voor een bezoek aan de laatste open dag van Hogeschool Leiden in 2017, om een vergelijking te maken met de reeds bezochte voorlichtingsmarkten.

Het observatieonderzoek besteedt enkel aandacht aan de aspecten die voor het onderzoek relevant zijn, vindt plaats tijdens een “alledaagse situatie” – de personen die het onderzoek observeert zijn niet van te voren geselecteerd – gebeurt ongestructureerd, direct en verhuld (Verhoeven, 2011). In dit onderzoek gelden de volgende aspecten:

- Het uiterlijk en de communicatiemiddelen van en op de voorlichtingstand;
- Het gedrag van de ambassadeurs;
- Het gedrag van de scholieren naar de ambassadeurs.

Het observeren van deze voorlichtingen geeft een beeld van hoe Hogeschool Leiden haar huidige voorlichtingen vormgeeft. Tevens stelt de onderzoeker dat het wenselijk is om te weten hoe de voorlichtingen er daadwerkelijk aan toegaan in de praktijk, voordat zij een advies geeft over hoe de hogeschool deze kan verbeteren. Zonder het observeren van deze voorlichtingen in de praktijk, heeft het onderzoek geen vergelijkingsmateriaal met hoe de voorlichting er op dit moment uitziet en hoe het eruit zou moeten zien. Daarnaast baseert de onderzoeker enkele vragen aan respondenten op het bijwonen van deze voorlichtingen en heeft zij een beter beeld bij de antwoorden die respondenten hierover geven.

5.1.4 Kwalitatief onderzoek

De derde en vierde deelvraag generen een antwoord middels de laatste onderzoeksmethode; het doen van veldonderzoek. Het veldonderzoek dat in dit onderzoek centraal staat, is kwalitatief onderzoek aan de hand van halfgestructureerde diepte-interviews.

Het houden van interviews heeft als doel om informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp waarbij achterliggende motieven en de beleving van respondenten van belang zijn (Verhoeven, 2011). De problematiek in het onderzoek bespreekt hoe de identiteit zich weerspiegelt tegenover het imago dat Hogeschool Leiden naar voren brengt tijdens voorlichtingen. Diepte-interviews geven hierin de mogelijkheid om te vragen naar de ervaring die de respondent heeft bij elk element van de corporate identity – symboliek, gedrag en communicatie – en waarom hij/zij deze ervaring heeft. Zo maakt het onderzoek een inventarisatie van het imago van de hogeschool en wat de motieven van de respondent zijn om tot dit beeld van de organisatie te komen. Met dit laatste gaat de onderzoeker na waar het beeld dan precies vandaan komt.



Tevens heeft de onderzoeker tijdens de interviews de gelegenheid erachter te komen wat de doelgroep wenst aan voorlichting te ontvangen en wat hen helpt een bewuste keuze te maken. De diepte-interviews geven de respondenten de ruimte ervaringen te delen die hen geholpen hebben bij het maken van een keuze en de achterliggende motieven waarom bepaalde methodieken van voorlichtingen voor hen zouden werken. Dit met het oog op de verbetering van de voorlichtingen.

Verhoeven (2011) stelt dat het raadzaam is om in gesprek te gaan met de respondenten wanneer het wenselijk is sociaal gewenste antwoorden te voorkomen. Hierdoor heeft de respondent de ruimte eigen invulling te geven en kan de interviewer het gesprek zo min mogelijk sturen door het geven van al eerder vastgestelde antwoordmogelijkheden te vermijden. Het onderzoek zoekt met deze methode naar beweegredenen van de respondent en is interpretatief van aard (Verhoeven, 2011). Daarnaast stellen Meier en Broekhoff (2012) dat onderzoekers kwalitatief onderzoek inzetten om associaties bij een merk, product of dienst te achterhalen.

5.2 Datacollectie

De onderzoeksgroep die bij het kwalitatieve onderzoek centraal staat, bestaat uit scholieren van toeleverende middelbare scholen in Leiden en omstreken die zich op dit moment bevinden in het vierde of vijfde leerjaar van havo en hebben als vereiste dat zij een voorlichting van Hogeschool Leiden hebben bezocht. De keuze voor deze leerjaren van de scholier baseert zich op de verplichte aanwezigheid gesteld door de middelbare school tijdens voorlichtingen en omdat zij bezig zijn met het oriënteren op een vervolgstudie na hun diploma en hebben een eenvoudige instroom naar het hbo mede door de havodiploma.

Om respondenten te werven voor de diepte-interviews, neemt de onderzoeker contact op met toeleverende middelbare scholen waar in de looptijd van het onderzoek een voorlichtingsmarkt plaatsvindt waar Hogeschool Leiden aanwezig is om de scholieren te voorzien van voorlichting. Er zullen enkele verschillen zijn in de tijd tussen de voorlichting en het diepte-interview. Dit heeft als resultaat dat bij sommige respondenten de voorlichting wat verser in het geheugen is dan bij de andere respondenten. De verwachting is dat dit geen drastische verschillen in de uitkomsten van het onderzoek zal brengen, omdat de onderzoeker op zoek is naar wat voor associaties en informatie is blijven hangen. Bij beide gevallen zou dit moeten betekenen dat blijft hangen wat het meeste indruk heeft gemaakt op de respondent.

Tijdens de werving van de respondenten bleek niet elke middelbare school waar een voorlichting is geweest mee te kunnen werken aan het onderzoek. Dit door omstandigheden als toetsweken, gebrek aan tijd en ruimte voor het afnemen van interviews en nog enkele andere redeneringen voor het niet willen of kunnen deelnemen aan het onderzoek. Dit gaf een uitkomst

van twee middelbare scholen die bereid waren mee te werken aan het onderzoek: Montaigne Lyceum Den Haag en Christelijk Lyceum Delft. Om een breder scala te hebben van respondenten uit de omgeving, zijn enkele interviews afgenomen tijdens en na de open dag van Hogeschool Leiden op 16 december 2017. Uiteindelijk gaf dit de onderzoeker tevens de mogelijkheid het imago naar aanleiding van de open dag in het onderzoek mee te nemen om een beeld te hebben van het imago dat blijft na verschillende vormen van voorlichting.

De werving van de respondenten voor de diepte-interviews levert het respondentenschema op dat te zien is in tabel 5.2. De werving gebeurt aselekt, mits zij voldoen aan de eerdergenoemde eisen. Om representativiteit van de gehele doelgroep te behouden, probeert de onderzoeker niet te selecteren op één geslacht door de verschillen in aantallen hierin ongeveer gelijk te houden. Tot slot maakt de interviewer, na toestemming van de respondent, een geluidsopname van het diepte-interview voor verwerkingsdoeleinden en blijft de respondent te allen tijde anoniem.

Tabel 5.2 – Respondentenschema diepte-interviews (Bron auteur)

Middelbare school	Interview n.a.v. voorlichting		Interview n.a.v. open dag	
Montaigne Lyceum Den Haag	3	2	-	-
Christelijk Lyceum Delft	-	3	1	-
Ashram College Alphen a/d Rijn	-	-	-	1
Bonaventura College Leiden	-	-	-	1
Da Vinci College Leiden	-	-	-	1
Antoniuscollege Gouda	-	-	1	-
Subtotaal	3	5	2	3
Totaal	8		5	
Aantal respondenten	13			

Bijlage VII betreft een uitgebreid respondentenschema met aanvullende informatie per respondent.

De onderzoeker neemt in totaal dertien interviews af. Verhoeven (2011) stelt het gebruikelijk is bij kwalitatief onderzoek over het algemeen geen grote groepen te interviewen en dat al snel een verzadigingspunt optreedt bij rond de vijftientig – soms al bij tien – interviews over hetzelfde onderwerp. Hoewel een deel van de gevraagde informatie persoonsgebonden is – bijvoorbeeld wat de respondent helpt een bewustere keuze te maken –, trad bij dit onderzoek een verzadigingspunt op bij dertien en had het onderzoek voldoende informatie vergaard voor het vaststellen van inhoudelijke thema's. De tijdsduur van de interviews varieert van gemiddeld 30 tot 50 minuten.

5.2.1 Verantwoording steekproef

Het onderzoek selecteert de respondenten uit de geoperationaliseerde populatie: in dit geval, de studietoekers van 4 en 5 havo-klassen van toeleverende middelbare scholen in Leiden en omstreken. Vanuit deze populatie trekt het onderzoek aselekt een steekproef. Uit deze steekproef zijn de eerder genoemde respondenten gekomen.

De voorwaarden voor een respondent om deel te nemen aan dit onderzoek, zijn:

- Heeft een voorlichting bijgewoond in het tijdsbestek van september tot januari 2017;
- Zit op het moment van het onderzoek in een klas 4 of 5 havo;
- Zit op een toeleverende middelbare school – een middelbare school waarvan studenten van Hogeschool Leiden afkomstig zijn – in Leiden en omstreken.

In het geval van dit onderzoek zit er verschil in de voorlichting die de respondent heeft meegemaakt: zij die enkel een voorlichtingsmarkt op hun eigen middelbare school hebben bezocht en zij die de open dag van Hogeschool Leiden hebben bezocht. Hoewel er verschillen zitten in de aanpak en de informatie die Hogeschool Leiden brengt aan een voorlichtingsmarkt en een eigen open dag, gaat het in het geval van dit onderzoek om het beeld dat zij achterlaat bij deze studietoekers en hoe zij de mogelijkheid van voorlichting heeft ingezet om de studietoeker voor te lichten. Dit resulteert in een beeld dat de respondent heeft bij de hogeschool. Tevens vergelijkt het onderzoek met de verschillende respondenten het beeld dat blijft na een voorlichtingsmarkt en na een eigen georganiseerde open dag. Omdat al deze respondenten minimaal een van deze voorlichtingen hebben bijgewoond en bewust dan wel onbewust informatie hebben vergaard over Hogeschool Leiden, zijn zij representatief om inzicht te krijgen van het imago dat Hogeschool Leiden creëert tijdens haar voorlichtingen.

5.3 Operationalisatie

Het kwalitatieve deel van het onderzoek is, zoals besproken in de methodiek van het onderzoek, op zoek naar een antwoord op twee deelvragen. De operationalisatie van deze deelvragen kent een splitsing in de aanpak en het soort vragen dat de interviewer stelt aan de respondent. Onderstaand volgt de operationalisatie en de verantwoording van de deelvragen en de topics/hoofdvragen (zie bijlage V) hierin om deze te kunnen beantwoorden. Bijlage V meldt ook de verantwoording voor de topics en welke mogelijke vragen de interviewer hiervoor kan stellen.

De eerste deelvraag kent een operationalisatie van het in kaart brengen van het imago aan de hand van de corporate identity mVIII middels de theorie van Bikrigt en Stadler (1988). Hierin gebruikt de interviewer de drie elementen van de corporate identity mVIII als meetinstrumenten. Daarnaast kijkt de interviewer naar de associaties die de respondent maakt met de verkregen



indrukken en hoe zij aan de hand hiervan de persoonlijkheid van Hogeschool Leiden zou omschrijven. Dit resulteert in vier hoofdvragen:

Persoonlijkheid – waarbij de respondent aangeeft hoe hij/zij Hogeschool Leiden zou omschrijven aan de hand van de indrukken die hij/zij gekregen heeft.

Symboliek – waarbij de respondent aangeeft welk beeld de symbolieke en uiterlijke kenmerken hem/haar geeft en in hoeverre dit past bij het beeld dat hij/zij heeft bij Hogeschool Leiden.

Gedrag – waarbij de interviewer zoekt naar hoe het algehele gedrag van Hogeschool Leiden en haar ambassadeurs tijdens de voorlichtingen bijdraagt aan het imago dat bij de respondent is blijven hangen.

Communicatie – waarbij het interview een opleidingsbrochure en de website van Hogeschool Leiden, die zij gebruikt bij haar voorlichtingen, voorlegt aan de respondent en op zoek is naar het beeld dat dit bij de respondent achterlaat en hoeverre dit in lijn is met het totaalbeeld dat hij/zij heeft van de hogeschool.

Tevens toetst het interview de door de theorie opgestelde hypothesen op volgende wijze:

Hypothese 1 – Het veldonderzoek toetst de eerste hypothese middels vragen over het uiterlijk, zowel symbolisch als fysiek. Mocht uit het onderzoek blijken dat de doelgroep de symboliek niet vindt passen bij wat de organisatie qua identiteit via de andere wegen uitstraalt, dan volgt een advies omtrent het aanpassen van de symboliek.

Hypothese 2 – Deze hypothese toetst of het imago laat zien dat de organisatie daadwerkelijk doet wat zij zegt dat zij doet. Mocht er namelijk blijken dat de organisatie iets anders op papier wat betreft doelen nastreeft dan dat zij zich tegenover de doelgroep gedraagt, dan kan een advies volgen om het gedrag meer in lijn te krijgen met de identiteit.

Hypothese 3 – Wanneer het onderzoek deze hypothese toetst, kan het informatie geven of de doelgroep ervaart dat de communicatie van de organisatie te weinig gericht is op haar wensen en behoeften. Dan kan een advies vloeien over het effectiever inzetten van de gebruikte communicatiemiddelen.



Naast het in kaart brengen van het imago, is het onderzoek ook op zoek naar hoe Hogeschool Leiden haar voorlichtingen kan verbeteren. Hiervoor vraagt het onderzoek tevens wat de wensen en behoeften zijn van de studietoekers omtrent de voorlichtingen, zodat Hogeschool Leiden dit mee kan nemen in het verbeteren van haar voorlichtingen.

Deelvraag 4 voegt een vijfde topic/hoofdvraag aan het interview toe: voorlichting. Hierin krijgt de respondent allereerst enkele algemene vragen over de voorlichting die hij/zij bezocht heeft en de indrukken/opbouw hiervan. Als toevoeging bij deze vraag krijgt de respondent vragen of hij/zij hierin verbeteringen zien, of juist elementen die onveranderd moeten blijven. Tevens vraagt de interviewer aan de respondent wat hij/zij belangrijk vindt aan informatie om te krijgen tijdens een voorlichting, welke manieren van voorlichting hij/zij prefereert en of hier nog aanvullingen in te maken zijn en tot slot enkele onderwerpen binnen voorlichting en wat zijn/haar wensen en behoeften hierin zijn. Ook belicht deze deelvraag de beeldvorming omtrent het communiceren over uitvallers en de wederkerigheid – kernpunten uit de situatieschets – van de hogeschool om te inventariseren of er behoefte is aan deze informatie en hoe zij die wensen te ontvangen. Op deze manier maakt het onderzoek een inventarisatie van wat studietoekers belangrijk vinden aan de informatie die zij krijgen en op welke manier ze deze krijgen als zij op zoek zijn naar een vervolgopleiding waar Hogeschool Leiden op haar beurt weer op in zou kunnen spelen.



6. Resultaten

De uitkomsten van alle soorten onderzoeken die gedaan zijn, bieden een startpunt voor de uiteindelijke aanbevelingen die het onderzoek doet. De resultaten geven antwoord op de eerder vastgestelde deelvragen en verdelen zich onder verschillende thema's. De belangrijkste resultaten zijn de overeenkomsten tussen identiteit en imago op het gebied van kleinschaligheid, toegankelijkheid, gastvrijheid en consistentie. Verschillen schuilen zich in het uitdragen van de identiteit per opleiding, negatieve ervaringen met gedrag en het ogen van incomplete voorlichtingsmarkten op het gebied van uiterlijk en informatie. De doelgroep heeft behoefte aan een realistisch beeld, inhoudelijke informatie en meer steun vanuit middelbare- en mbo-scholen.

6.1 Identiteit Hogeschool Leiden

De eerste deelvraag in het onderzoek betreft de identiteit van Hogeschool Leiden die volledig besproken is in *Hoofdstuk 3: Situatieschets*. Om deze optimaal tegenover de resultaten van het imago te zetten, volgen enkele kernzinnen die de elementen van de identiteit omvatten.

Persoonlijkheid

Hogeschool Leiden is typerend aan haar kleinschaligheid en toegankelijkheid. Kwaliteit, inspirerend onderwijs, nauw contact tussen student en docent, wederkerigheid en de ruimte om eigen keuze te maken staan daarin centraal.

Symboliek

Hogeschool Leiden typeert zich met een persoonlijke uitstraling middels een open en directe omgangsvorm. Uitgangspunten voor de symboliek betreffen diversiteit in opleidingen en studentenpopulatie, continuïteit en herkenbaarheid.

Gedrag

Hogeschool Leiden kent de student en vice versa, helpt de student actief en voltijds te studeren, verzorgt goed beroepsonderwijs in, met en voor het werkveld, is een leergemeenschap en een goed georganiseerde hogeschool.

Communicatie

Hogeschool Leiden communiceert persoonlijk en herkenbaar middels een oprechte, motiverende boodschap gericht op bewustwording. In voorlichtingen legt zij de nadruk op voorlichting, gastvrijheid en een realistisch beeld. Communicatiemiddelen tijdens voorlichtingen zijn de website en opleidingsbrochure, met daarin toelating, toekomstperspectief, studiekeuzecheck, waarom de opleiding (in Leiden) en opbouw.

6.2 Huidige voorlichtingen

De tweede deelvraag stort zich op de huidige aanpak tijdens voorlichtingen, getoetst middels observatieonderzoek. Om de huidige voorlichtingen te beschrijven, observeert het onderzoek de beroepenmarkt op het Stanislas College Delft, de opleidingenmarkt op het ISW Naaldwijk, de studiemarkt op het Christelijk Lyceum Delft en de open dag van Hogeschool Leiden.

Voorlichtingsmarkt

Hogeschool Leiden presenteert zich op de voorlichtingsmarkt naast andere hogescholen. Dit gebeurt in alle gevallen aan een tafel, waar de hogeschool circa 5 studenten neerzet – geen docenten – ingehuurd via een uitzendbureau. De studenten doen allen een andere opleiding op Hogeschool Leiden in andere leerjaren, maar zij kunnen niet elke opleiding van de hogeschool belichten. Om dit op te lossen, stelt Hogeschool Leiden een factsheet op waarin studenten de instructies krijgen zichzelf te informeren over andere opleidingen dan enkel hun eigen opleiding (Bijlage III). De factsheet kent tevens meerdere instructies over houding en inhoud en is voorzien van een evaluatieformulier waarin de studenten verbeterpunten kunnen aanmerken. Na een gesprek met één van de ingehuurde studenten is te vernemen dat de hogeschool waar nodig wel in actie komt bij de verbeterpunten.

Het uiterlijk van de voorlichtingstand verschilt zich met andere aanwezige hogescholen. De aankleding van andere hogescholen kent vele posters, banners en doeken. De aankleding van Hogeschool Leiden is bij alle bezochte markten hetzelfde: opleidingsbrochures, shirtjes en armbandjes. Tijdens twee van de drie bezochte voorlichtingsmarkten had de hogeschool geen banner. De ingehuurde studenten vertellen dat het vaker voorkomt dat er materiaal mist of dat er bijvoorbeeld te weinig opleidingsbrochures zijn. Het is een keer voorgekomen dat de ingehuurde studenten zonder enkel materiaal stonden (Bijlage IV).

Op de hoeveelheid aanwezige scholieren bij de stand van Hogeschool Leiden is niets aan te merken. Als de markt druk is, is het bij de stand ook druk en zo niet, dan niet. Er is te zien dat ouders die mee zijn met de scholier veelal het woord doen. De observant pikt tijdens de gesprekken op dat het veelal om praktische informatie, het doorsturen naar de open dag en de inhoud van de opleidingen gaat. In de gehoorde gesprekken vertellen de studenten hier ook bij wat zij lastig vonden aan de opleiding en wat hun ervaring was. Wel sturen de studenten de scholier een aantal keer door naar de open dag of de website, als zij de informatie niet weten.

Open dag

Het onderzoek doet uitspraken aan de hand van observaties van het totaalbeeld van de open dag en aspecten die opvielen.



De open dag van 16 december 2017 bestond uit een inschrijfbalie, diverse studenten rond het gebouw voor bewegwijzering en diverse ruimten voor algemene informatie en presentaties per faculteit en opleiding – aangegeven middels een plattegrond. Tevens was er ruimte om met decanen en studieverenigingen te praten, of over studiefinanciering, het maken van een studiekeuze en studeren met een functie-beperking. Bij de algemene ruimtes konden studiekeuzers informatie vinden van elke opleiding per faculteit en in diverse lokalen konden ze een presentatie of college bijwonen van een opleiding naar keuze. Bijna elke opleiding kende een algemene voorlichting. Echter, de toevoegingen verschilden per opleiding. Niet elke opleiding heeft een extra proefcollege, workshop of demonstratie. Daarnaast kent de uitvoering van de algemene voorlichting ook enige verschillen. De faculteit Science & Technology heeft als enige faculteit een scheiding tussen studiekeuzers en ouders. Medewerkers van deze faculteit vertelden dat in beide voorlichtingen dezelfde boodschap naar voren komt, maar één zich meer richt op de toekomst – voor ouders – en de ander meer op de inhoud van de opleiding – voor studietoekers – in de hoop dat de boodschap beter blijft hangen. Elke activiteit – of het nou een voorlichting of proefcollege is – duurt 30 minuten en zijn nauwsluitend aan elkaar. Dit maakte het voor sommige studietoekers lastig om tussen voorlichtingen te switchen.

Verskil voorlichtingsmarkt en open dag

Het voornaamste verschil is dat de open dag meer ruimte biedt voor inhoudelijkere voorlichting per opleiding – elke opleiding is hier immers aanwezig met haar eigen materiaal. De boodschap lijkt bij beide hetzelfde: het opleidingsaanbod en keuze voor Hogeschool Leiden. Het overkomen van de boodschap toetst het kwalitatieve onderzoek.

6.3 Imago Hogeschool Leiden

De derde deelvraag behandelt het imago van Hogeschool Leiden dat studietoekers in Leiden en omstreken aan de hogeschool toekennen na het bijwonen van een voorlichting. Het imago meet zich aan de hand van de elementen uit de corporate identity mVIII (Birkigt & Stadler, 1988) en staan beschreven onder de elementen persoonlijkheid, symboliek, gedrag en communicatie.

6.3.1 Persoonlijkheid

Uit het kwalitatieve onderzoek zijn via de algemene indrukken van de respondenten, de redenen voor hen om naar Hogeschool Leiden te komen, de verschillen met andere hogescholen en de informatie die hen is bijgebleven een aantal inhoudelijke thema's opgesteld om de persoonlijkheid weer te geven. De resultaten over de persoonlijkheid baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 1 tot en met 3 en 20 (Bijlage VIII).

Kleinschalig

De respondenten benoemen de sfeer en kleinschaligheid, zowel bij het algemene beeld dat zij van de hogeschool hebben als bij de grote verschillen met andere hogescholen. Wanneer zij spreken over de sfeer, gaat hun antwoord voornamelijk gepaard met 'gezellig'. Respondenten vinden de hogeschool een gezellige sfeer uitstralen, voelen zich op hun gemak en zien vooral een verschil in sfeer met andere hogescholen in de Randstad. Respondent 1 geeft aan dat zij, door de kleinschaligheid van de hogeschool, ook het beeld heeft dat Hogeschool Leiden haar studenten persoonlijk kent en een student meer is dan alleen een nummer (Bijlage VII). Dit soort uitspraken zijn vaker gevallen, waarin respondenten hierbij in combinatie aangeven dat de school persoonlijk is.

“Bij andere scholen ben je meer een van de vele studenten, en hier heb ik meer het idee dat ze je wel ook echt persoonlijk kennen.” – Respondent 9 (Bijlage VII)

Voorlichtend

Bij de vraag naar het algemene beeld van Hogeschool Leiden, benoemen de respondenten haar ook als een serieuze hogeschool waar je hard moet werken en die studenten ook serieus neemt. Een respondent benoemt de hogeschool zelfs als één van de serieuzere hogescholen die tijdens zijn voorlichtingsmarkt aanwezig waren. Respondent 3 noemt dat, in tegenstelling tot Hogeschool Leiden, andere hogescholen tijdens hun voorlichtingen meer vertelden over de leukheden dan over inhoudelijke zaken (Bijlage VII). Enkelen geven ook aan dat ze merken dat Hogeschool Leiden meer bezig is met voorlichten dan werven, omdat, volgens respondent 13, de hogeschool niet zo uitbundig is tijdens voorlichtingsmarkten (Bijlage VII).

Divers

Wanneer de respondenten spreken over het opleidingsaanbod of de studenten die op Hogeschool Leiden rondlopen, benoemen ze de diversiteit hierin. Enkelen geven aan dat de hogeschool veel mogelijkheden biedt en zien dat, door het diverse opleidingsaanbod, de hogeschool veel verschillende studenten aantrekt (Respondent 9, bijlage VII).

Andere opvallendheden

Een enkeling van de respondenten spreken over dat de opleidingen waar hun interesse lag, goed op Hogeschool Leiden stonden aangeschreven; de opleiding kende qua beoordeling een goede reputatie. Deze reputatie kaarten respondent 4 en respondent 9 aan (Bijlage VII). Andere respondenten geven aan dat de hogeschool ze aanspreekt door de bereikbaarheid en door de stad Leiden (Respondent 8 en 13, bijlage VII). Wel is er een respondent, die door haar negatieve ervaring op de open dag, Hogeschool Leiden als rommelig beschouwt en daardoor afweek van haar originele beeld als serieuze hogeschool (Respondent 5, bijlage VII).

6.3.2 Symboliek

De thema's voor symboliek zijn opgesteld naar aanleiding van de vragen over uiterlijke kenmerken tijdens de voorlichting, uitstraling en symbolische lay-out. De resultaten over de symboliek baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 4 en 5 (Bijlage VIII).

Open, betrouwbaar en rust

De uitstraling en het kleurgebruik van Hogeschool Leiden straalt volgens de respondenten rust en betrouwbaarheid uit. Ze vinden de kleuren passen bij het beeld dat zij hebben van de hogeschool. Professioneel, netjes en serieus zijn woorden die respondenten hier aan typeren. Wanneer respondent 13 de vraag krijgt over de eerder gebruikte roze en paarse kleuren van Hogeschool Leiden, geeft ze aan dat het huidige kleurgebruik beter bij haar beeld van de hogeschool past – serieus en betrouwbaar (Bijlage VII). Ook geven enkelen aan dat ze de huisstijl van Hogeschool Leiden consistent gebruikt vinden en dat alle uitingen op één lijn zijn. Daarnaast benadrukt een enkeling dat de uitstraling en de uiterlijke kenmerken het sfeerbeeld van de hogeschool uitstraalt en dat ze de uitstraling als open ervaren.

Logo

Een enkeling sprak over het logo van Hogeschool Leiden. Hoewel het logo niet altijd begrepen werd, konden respondenten het logo wel in link leggen met 'een weg naar de toekomst' en 'het volgen van je eigen weg'. Wel geeft de doelgroep aan dat het logo wellicht duidelijker kan zijn om deze meer bij de hogeschool te laten passen (Respondent 11, 12 en 13, bijlage VII).

Stand bij de voorlichtingsmarkten

De respondenten die een voorlichtingsmarkt op hun eigen middelbare school hebben bijgewoond, merkten op dat de stand van Hogeschool Leiden minder aangekleed was – missen van boekjes of banners, beeldmateriaal en sfeerimpressie. Waar respondent 12 aangaf dat ze het sfeerbeeld miste en ze de hogeschool beter zou vinden als zij hier meer moeite in zou stoppen om alle informatie daar aan te bieden die zij nodig heeft, geven respondent 4 en 13 aan dat door het missen van dit 'uitbundige' zij de hogeschool wel typeren als een hogeschool die voorlicht in plaats van werft (Bijlage VII).

“Het geeft mij wel een beeld dat zij dan meer aandacht besteden aan je echt voorlichten dan je willen aantrekken om je binnen te halen.” –

Respondent 4 (Bijlage VII)

Daarnaast geeft respondent 4 als tip dat een hogeschool tijdens een voorlichtingsmarkt haar stand moet gebruiken om de aura van de hogeschool uit te stralen en dat studenten het gevoel van de hogeschool daarin moeten kunnen terugzien (Bijlage VII).

6.3.3 Gedrag

Het imago van de gedragskenmerken van Hogeschool Leiden typeren zich door het gedrag van de ambassadeurs. Dit is het gedrag waarmee de respondenten in aanraking komen tijdens de voorlichtingen en zij baseren hun beeld bijvoorbeeld op de houding van de ambassadeur tegenover de scholier. Het gedrag stelt zich ook op in een aantal thema's. De resultaten over het gedrag baseren zich op uitspraken in analyseschema 6 (Bijlage VIII).

Eigen initiatief

Een aantal respondenten geven aan dat de ambassadeurs van Hogeschool Leiden zelf op hen afstapten om vragen te kunnen stellen (Analyseschema 6, bijlage VIII). Dit ondervonden respondenten tijdens de voorlichtingsmarkten op de middelbare scholen (Respondent 1, 2 en 12, bijlage VII), maar ook tijdens de open dag (Respondent 6, 8 en 10, bijlage VII).

Open, toegankelijk en gastvrij

Over het algemeen ondervinden de respondenten Hogeschool Leiden als open, toegankelijk en gastvrij. Ze hadden het idee dat ze al hun vragen konden stellen (Respondent 13, bijlage VII). Het open en toegankelijke beeld dat de respondenten van de hogeschool krijgen, benoemen zij mede door het eigen initiatief dat ambassadeurs nemen om op de doelgroep af te stappen. Andere benamingen die de respondenten hiervoor gaven, zijn behulpzaam en vriendelijk.

Niet goed geïnformeerd

Een enkeling gaf aan tijdens de voorlichtingsmarkt met ambassadeurs gesproken te hebben die geen informatie kon geven over de opleiding naar keuze. Simpelweg omdat er niemand aanwezig was die de desbetreffende opleiding deed of zich hierin had verdiept. Enkele van deze respondenten die dit hebben meegemaakt, geven wel aan dat de ambassadeurs die zij spraken zich wél hadden ingelezen in de andere opleidingen (Respondent 3 en 4, bijlage VII). De respondenten waarbij dit niet een geval was, konden zich hierdoor geen beeld vormen van de hogeschool en de opleiding (Respondent 11 en 12, bijlage VII).

Andere opvallendheden

Een respondent geeft aan dat zij liever niet spreekt met ambassadeurs, omdat zij de ervaring heeft dat deze precies weten wat ze moeten zeggen om de hogeschool niet in een negatief daglicht te zetten. Het gaat hier om respondent 5 (Bijlage VII). Ze geeft aan dat ze juist wilt weten wat minpunten van de hogeschool zijn, maar dat ze verwacht dat een hogeschool dit nooit zou aangeven. Ze benadrukt hierbij wel dat dit bij zou dragen aan de serieusheid en eerlijkheid van de hogeschool, zouden ze dit wel doen. Respondent 9 geeft aan dat door het gedrag van de hogeschool tijdens de open dag – verwijzend naar de presentatie van Communicatie en de campus voor Management & Bedrijf – zij een afstandelijk beeld kreeg dat niet paste bij het toegankelijke en persoonlijke wat zij voor ogen had (Bijlage VII).

6.3.4 Communicatie

Om achter het beeld van de communicatie van Hogeschool Leiden te komen, zijn enkele communicatiemiddelen aan de respondenten voorgelegd. Het gaat hier om het beeld dat zij krijgen bij de opleidingsbrochures, de website en de informatie die hen is bijgebleven uit de voorlichting (presentaties). De resultaten over de communicatie baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 7 tot en met 10 (Bijlage VIII).

Voorzien van veel informatie

De respondenten geven aan dat zowel de opleidingsbrochures als de website hen voorzien van 'alle' informatie die zij nodig hebben (Analyseschema 9 en 10, bijlage VIII). Een enkeling geeft wel aan bepaalde informatie te missen, hetgeen dat de vierde deelvraag zal bespreken. De communicatie is duidelijk, overzichtelijk en consistent. Het geeft bij een enkeling van de doelgroep een beeld van een goed georganiseerde school en communicatiemiddelen waar goed over na is gedacht (Respondent 3 en 12, bijlage VII).

Inhoudelijk

De door de hogeschool gecommuniceerde informatie beschrijven de respondenten als inhoudelijke informatie; het gaat over wat de scholier kan verwachten, de opbouw van de opleiding, welke kwaliteiten een scholier nodig heeft en de ervaringen van studenten (Analyseschema 7, bijlage VIII). De respondenten beschreven dit ook wel als informatie waar zij naar op zoek waren. Net als bij de communicatiemiddelen, konden de respondenten niet alle informatie vinden die zij nodig hadden. Hoewel de respondenten over het algemeen wel inhoudelijke informatie meegekregen heeft, zijn er enkele verschillen per opleiding. De respondenten die de open dag heeft bezocht, bezochten verschillende opleidingen. Hoe de ene respondent een goed beeld heeft gekregen van de inhoud van de opleiding en wat de hogeschool hen hierin aanbiedt, geven enkele respondenten aan dit beeld niet volledig gekregen te hebben. Respondent 10 geeft hierover aan dat de algemene presentatie waar zij was geweest, die van de opleiding Communicatie, volgens haar teveel focuste op de tevredenheid van de studenten en minder over de inhoud van de vakken (Bijlage VII).

Realistisch beeld

De doelgroep geeft aan dat zij over het algemeen een realistisch beeld hebben ontvangen van de hogeschool. Hierin is wel te zien dat de respondent die aangaf dat de presentatie van de opleiding Communicatie realistischer had gekund door meer informatie te geven over de inhoud van de opleiding dan over de tevredenheid van studenten (Respondent 10, bijlage VII). Ook geven respondenten aan dat het realistische beeld met name kwam van de (ervaringen van) studenten en minder van de docenten (Respondent 9, bijlage VII). Wat het beeld wel realistisch maakte, is dat Hogeschool Leiden wel aangeeft ook bij andere hogescholen te kijken om een zo bewust mogelijke keuze te maken (Respondent 1 en 8, bijlage VII).

6.4 Wensen en behoeften studiezoekers

De vierde deelvraag behandelt de wensen en behoeften van de respondenten ten opzichte van de voorlichtingen die zij van de hogeschool ontvangen. Hierin staat centraal welke informatie en toevoegingen zij nodig hebben om een bewuste keuze te maken en hoe de beeldvorming en de behoefte is bij de respondenten over het communiceren van uitvallers, wederkerigheid en de balans tussen positieve en negatieve informatie over de hogeschool.

6.4.1 Informatiebehoeften en toevoegingen

Allereerst bespreekt het onderzoek welke informatie de respondenten belangrijk vinden, welke zij gemist hebben en wat de respondenten aan toevoegingen heeft wat hen kan helpen een bewuste keuze te maken. De resultaten over de informatiebehoeften baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 17 tot en met 19 en 21 (Bijlage VIII).

Inhoud

De respondenten geven aan behoefte te hebben aan informatie over de inhoud van de opleiding. Het gaat hier met name om wat zij elk jaar kunnen verwachten, welke beroepen en baangarantie het toekomstperspectief hen biedt, het vakkenpakket, hoe de student begeleiding ontvangt, de ervaringen van studenten en wat zij lastig vinden, hoe de hogeschool hen helpt met het opbouwen van een netwerk en welke leerwegen de student met bepaalde interesses op kan. Dit laatste ziet respondent 7 voor zich door informatie te krijgen over verschillen en overeenkomsten tussen soortgelijke opleidingen om een afweging te maken welke het beste bij hem past (Bijlage VII). De genoemde informatie moet volgens de doelgroep zo inhoudelijk en concreet mogelijk zijn en overal te vinden zijn; opleidingsbrochures, de website en de open dag.

Hulp bij bewuste keuze

De respondenten bespreken enkele manieren, in toevoeging van de voorlichtingen die de hogeschool al geeft, die hen nog meer helpen om een bewuste keuze te maken. Er zijn hierin verschillen te zien in wat een respondent persoonlijk nodig heeft. Waar enkele respondenten het over eens zijn, is dat klassikale of één-op-één-gesprekken met studenten van verschillende opleidingen hen zou helpen (Respondent 1, 2, 3 en 9, bijlage VII). Tevens geven enkelen aan dat middelbare scholen meer initiatief moeten nemen om hun scholieren te helpen door bijvoorbeeld een studiekeuzecheck of bijvoorbeeld hierin samen te werken met de hogescholen om aandacht te schenken aan het keuzeproces (Respondent 4, 5, 9 en 13, bijlage VII). De respondenten bestonden enkel uit middelbare scholieren, maar enkele van hen gaven aan dat zij in hun omgeving merkten dat er tevens onvoldoende hulp komt vanuit mbo-scholen (Respondent 9 en 10, bijlage VII). De respondenten geven ook aan dat zij behoefte hebben aan voorbeelden van het oriëntatieproces en een stappenplan die een scholier kan doorlopen om achter de keuze te komen – bijvoorbeeld door opleidingen af te bakenen vanuit onderwerpen en interesses die jij leuk vindt (Respondent 1, 3 en 4, bijlage VII).

6.4.2 Uitvallers

De respondenten krijgen vragen voorgelegd over hoe het hun beeld zou beïnvloeden wanneer een hogeschool aandacht zou besteden aan de hoeveelheid uitvallers tijdens de studie en de redenen hiervan. Tevens krijgen zij de vraag hoe zij deze informatie terug willen zien in de communicatie. De resultaten over de uitvallers baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 11 en 14 (Bijlage VIII)

Eerlijk, realistisch en betrouwbaar

De respondenten zijn instemmend wanneer zij de vraag krijgen over het communiceren over uitvallers tijdens de studie en de redenen hiervan. Respondenten geven aan dat dit bij zou dragen aan een eerlijk, realistisch en betrouwbaar beeld van de hogeschool. Hierin geeft de doelgroep aan dat zij, op basis van deze informatie, een afweging kunnen maken of de opleiding op de desbetreffende hogeschool voor hen geschikt is. Respondent 13 geeft daarbij aan dat dit bij zou dragen aan het aantrekken van de juiste scholieren voor de opleiding omdat ze meer na gaan denken of het voor hen de juiste keuze is (Bijlage VII).

“Ik zou je dan ook betrouwbaarder vinden als hogeschool. Dat je echt wordt behoed om een goede keuze te maken en dat de school dat ook belangrijk vindt dat je dat met alle beschikbare informatie doet.” –

Respondent 5 (Bijlage VII)

De respondenten geven aan het voornamelijk belangrijk te vinden om dit te weten te komen tijdens de open dag. Een enkeling geeft aan dit ook te willen zien in opleidingsbrochures en op de website, zolang het maar niet teveel aandacht opeist of te uitgebreid is. Respondent 4 geeft namelijk aan dat het er ook negatief kan uitzien als de hogeschool hier teveel aandacht aan besteed door dit als eerste uit te lichten (Bijlage VII).

6.4.3 Wederkerigheid

Tevens krijgen de respondenten vragen voorgelegd over de wederkerigheid van de hogeschool – waarin de hogeschool een verwachting heeft van de student. Het betreft hier wederom de beeldvorming van de respondenten en hoe zij de informatie wensen te ontvangen. De resultaten over de wederkerigheid baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 12 en 15 (Bijlage VIII).

Streng, serieus en realistisch

De respondenten benoemen dat het krijgen van informatie over de wederkerigheid van de hogeschool bijdraagt aan het krijgen van een realistisch beeld. Daarnaast benoemen ze dat dit een beeldvorming zou ontwikkelen van een strenge en serieuze school. Respondent 2 beschrijft



het als 'streng, maar ook beter' (Bijlage VII). Ook zou het volgens de respondenten bijdragen aan de motivatie van de scholieren en trekt het gemotiveerde studenten aan (Respondent 1 en 12, bijlage VII). Respondent 8 geeft wel aan dat het beeld van de wederkerigheid van een hogeschool ook door andere hogescholen op haar is overgeslagen en dat dit dus niet alleen bij Hogeschool Leiden is (Bijlage VII). Eveneens hebben de respondenten behoefte aan een eerlijk en realistisch beeld van de hogeschool dat hen vertelt wat zij kunnen verwachten – het communiceren over de wederkerigheid draagt hier aan bij (Respondent 10, bijlage VII).

Over het communiceren van de wederkerigheid geven de respondenten aan dat dit bekend moet zijn tijdens de open dag. Een enkeling vertelt ook dat het algemeen bekend moet zijn, door er aandacht aan te besteden in de opleidingsbrochures van de opleidingen en de website. Ook wensen de respondenten die bij een voorlichtingsmarkt op de middelbare school is geweest dat dit op deze markten ook aan bod komt (Analyseschema 15, bijlage VIII).

6.4.4 Positief versus negatief

Het onderzoek verdiept zich tevens in het creëren van een realistisch beeld. Om te onderzoeken wat de beeldvorming is bij een realistisch beeld en het communiceren hierover, krijgen de respondenten enkele vragen over het naar voren brengen van enkel positieve informatie van de hogeschool. De resultaten over de realistische aspecten baseren zich op uitspraken in de analyseschema's 13 en 16 (Bijlage VIII).

De scholier heeft behoefte aan eerlijkheid

De respondenten geven aan het belangrijk te vinden dat een hogeschool eerlijk is. Wanneer zij de vraag kregen wat het met hun beeldvorming zou doen als zij enkel positieve en 'leuke' informatie zouden krijgen van een hogeschool, geven zij aan dat ze eerder het idee hebben dat dit geen realistisch beeld is van de hogeschool. Enkelen geven wel aan dat zij het logisch vinden dat een hogeschool dit doet om zichzelf niet naar beneden te halen, maar dat de hogeschool wel de juiste mensen zou trekken wanneer zij ook de minder leuke kanten van de opleiding en de hogeschool benadrukt. Respondent 3 en 11 geven aan dat ze, bij het krijgen van alleen maar positieve informatie over de hogeschool, het idee hebben dat de hogeschool ze enkel probeert de werven. Respondent 4 vindt het benoemen van minpunten van de hogeschool of de opleiding getuigen van een sterke hogeschool (Bijlage VII).

“Ik vind dat je dat ook een sterke hogeschool maakt als je zelf kan toegeven dat je in een bepaald gebied minder bent, maar dan laat zien op welke gebieden je dan sterker bent.” – Respondent 4 (Bijlage VII)

Lijst plus- en minpunten

De respondenten geven aan de informatie te willen ontvangen in de vorm van een lijst met plus- en minpunten van de hogeschool en de opleiding. Wel benadrukken de respondenten dat het hierin belangrijk is om beide kanten goed uit te lichten. Respondent 12 geeft aan dat dit kan door de leuke kanten van de studie te benoemen, maar ook bijvoorbeeld aangeeft dat studenten met bepaalde punten moeite hebben (Bijlage VII). De plek van deze lijstjes zien de respondenten graag tijdens de presentaties op de open dag, in opleidingsbrochures en op de website.

6.5 Toetsing hypothesen

Op basis van de resultaten van het onderzoek geeft de laatste paragraaf aan of het onderzoek de hypothesen uit de theorie van Birkigt en Stadler (1988) aanneemt of verwierpt.

Hypothese 1 – Het onderzoek neemt de eerste hypothese aan. De doelgroep geeft over het algemeen een bevestigend beeld te hebben bij de symboliek van Hogeschool Leiden die volgens hen passen bij het totaalbeeld dat zij van de hogeschool hebben (Analyseschema 5, bijlage VIII). Wanneer hier bijvoorbeeld bij een voorlichtingsmarkt gebrek aan is, geeft de doelgroep een te kort aan wat betreft de symboliek die past bij het beeld van de hogeschool (Respondent 12, bijlage VII). Bij het laten zien van de oude huisstijl van Hogeschool Leiden, gaf een respondent aan dat zij de huidige uitstraling beter vindt passen bij haar beeld van de hogeschool. De huidige huisstijl komt dan beter overeen met de identiteit die Hogeschool Leiden nu uitstraalt (Respondent 13, bijlage VII).

Hypothese 2 – Op basis van de resultaten kan het onderzoek de tweede hypothese ook aannemen. De doelgroep geeft over het algemeen een gelijk beeld op basis van het gedrag aan wat past bij het beeld dat zij hebben van de identiteit van de hogeschool. Tevens is te zien dat bij de respondenten die dit niet hebben, het voornamelijk komt door het gedrag (Analyseschema 6, bijlage VIII). Een negatieve ervaring, gebaseerd op gedrag, komt met name voor bij Respondent 9 – over de afstandelijkheid tijdens de presentatie en bij de campus op de open dag (Bijlage VII).

Hypothese 3 – Tot slot kan het onderzoek ook de laatste hypothese aannemen. De doelgroep geeft aan meer inhoudelijke informatie nodig te hebben die voor hen belangrijk is (Analyseschema 17, bijlage VIII). Ook is te zien dat een respondent die tijdens de voorlichting informatie krijgt over tevredenheid in plaats van inhoud van de opleiding, geen duidelijk beeld heeft van de identiteit (Respondent 10, bijlage VII).



7. Conclusie

Om een antwoord te kunnen geven op de centrale vraag, analyseert het onderzoek alle resultaten en bevindingen om enkele conclusies te vormen en de hypothesen te beantwoorden.

7.1 Huidige voorlichtingen

Het onderzoek concludeert dat de huidige voorlichtingen in de vorm van de voorlichtingsmarkt en de open dag een verschil kennen in inhoud met name door de ambassadeurs die hier aanwezig zijn. Bij de open dag is meer ruimte voor voorlichting per opleiding en zijn ook docenten als ambassadeur aanwezig. De boodschap verspreidt zich bij de voorlichtingsmarkten meer als praktische informatie dan bij de open dag en verschilt in aanpak tijdens de open dag per opleiding door scheiding in algemene voorlichtingen en eigen toevoegingen hierop per opleiding. Tijdens voorlichtingsmarkten mist Hogeschool Leiden nog wel eens materiaal, wat respondenten tijdens de diepte-interviews ook opmerken.

7.2 Imago Hogeschool Leiden

Het onderzoek concludeert dat de doelgroep Hogeschool Leiden ervaart als een goed bereikbare, kleinschalige school met een gezellige sfeer in een leuke stad. Door de kleinschaligheid heeft de doelgroep een beeld van een hogeschool waar docenten en studenten elkaar persoonlijk kennen. Ook valt een enkeling van de doelgroep op dat Hogeschool Leiden meer bezig is met voorlichten dan met werven. Daarnaast ziet de doelgroep het als een hogeschool die veel mogelijkheden biedt en daarin diversiteit in opleidingen en studenten uitstraalt.

De uitstraling van Hogeschool Leiden omschrijft de doelgroep als rust, betrouwbaar, consistent en open. Hoewel de hogeschool volgens enkelen niet veel moeite steekt in de stand tijdens een voorlichtingsmarkt door het missen van informatievoorzieningen of andere visuele aankleding, getuigt dit bij anderen van een hogeschool die vooral bezig is met voorlichten dan werven. Hoewel enkele symbolische uitingen duidelijker kunnen om meer in lijn te zijn met de identiteit van de hogeschool, beschouwt de doelgroep het kleurgebruik dat de hogeschool hanteert wel als passend.

De houding van ambassadeurs naar de doelgroep beschouwen zij als open, toegankelijk en gastvrij. Ze stelden de doelgroep op hun gemak en gaven hen ruimte om vragen te stellen. Het eigen initiatief die ambassadeurs tijdens de open dag en voorlichtingsmarkten nemen om op de doelgroep af te stappen, draagt bij aan het open en toegankelijke beeld van de hogeschool. Wel bleken de ambassadeurs niet altijd voldoende af te weten van de opleiding waar de doelgroep in geïnteresseerd is. Daarbij bleek het afstandelijke gedrag van de ambassadeurs dat ervaren is



bij sommigen uit de doelgroep tijdens de open dag een invloed te hebben op de beeldvorming die niet paste bij het oorspronkelijke beeld dat zij hadden van de hogeschool.

Hogeschool Leiden communiceert duidelijk en overzichtelijk en voorziet de doelgroep van veel inhoudelijke informatie. Wel waren er enkele verschillen per opleiding; hoe de ene opleiding meer inhoud vertelde, vertelde de andere opleiding volgens de doelgroep meer over tevredenheid. De doelgroep heeft naar aanleiding van de voorlichtingen wel een realistisch beeld van de hogeschool, met name te danken aan de (ervaringen van) studenten en het advies dat Hogeschool Leiden geeft om ook te kijken bij andere hogescholen voor het maken van een bewuste keuze.

7.3 Wensen en behoeften studiezoekers

Het onderzoek concludeert dat de doelgroep tijdens de voorlichtingen behoefte heeft aan inhoudelijke informatie over wat zij tijdens de opleiding kunnen verwachten, het vakkenpakket, toekomstperspectief, begeleiding, het netwerk van de hogeschool, ervaringen van studenten en welke opleidingen gekoppeld zijn aan welke interesses. Ook wenst de doelgroep gesprekken met studenten op de middelbare scholen en meer te zien vanuit middelbare scholen en mbo-scholen die aandacht schenken aan het keuzeproces en een studiekeuzecheck. Daarbij heeft de doelgroep ook behoefte aan informatie over het oriëntatieproces en welke stappen zij moeten doorlopen om tot een bewuste keuze te komen.

De doelgroep heeft behoefte aan een eerlijk en realistisch beeld. Of dit nou gaat om het communiceren over uitvallers tijdens de studie, de wederkerigheid die de hogeschool verwacht en de plus- en minpunten van een hogeschool en een opleiding. Informatie over deze onderwerpen dragen bij aan de beeldvorming voor een serieuze en realistische hogeschool. Over het algemeen wenst de doelgroep deze informatie te ontvangen in alle uitingen die een hogeschool inzet tijdens de voorlichtingen: presentaties op de open dag, opleidingsbrochures en de website.

7.4 Slotconclusie

Beeld wijkt niet sterk af van de identiteit

Hoewel het bij sommigen van de doelgroep door persoonlijke ervaringen niet altijd het geval is, wijkt het beeld dat Hogeschool Leiden naar voren wil brengen in haar identiteit over het algemeen niet af. De doelgroep beschrijft de hogeschool als persoonlijk, kleinschalig en divers; speerpunten die Hogeschool Leiden ook zegt na te streven. Daarnaast geeft de doelgroep aan dat zij zien dat Hogeschool Leiden meer bezig is met scholieren voorlichten in plaats van werven. Over de identiteit van de hogeschool is vast te stellen zij inderdaad aandacht vestigt op voorlichten en dat begeleiding van de scholier tijdens de oriëntatie op de opleiding en het beroep één van haar beloftes is.



Wat betreft het verschil tussen identiteit en imago kan het onderzoek concluderen dat wat Hogeschool Leiden wil uitstralen over het algemeen overeenkomt met hoe de doelgroep het imago ervaart. Een aantal persoonlijke ervaringen leren dat er wel voornamelijk verschillen bestaan in gedrag en communicatie tijdens de open dag, met verschillen tussen de opleidingen die de doelgroep bezocht heeft. Waar de ene opleiding de identiteit volgens de doelgroep tijdens de open dag duidelijk communiceert, laat de andere opleiding enkele steekjes vallen in de manier waarop zij de boodschap brengt in bijvoorbeeld de presentatie of hoe de ambassadeurs zich hierin gedragen. De opmerkelijkste conclusie hierover trekt het onderzoek uit de resultaten die vertellen dat de doelgroep die bij een presentatie en algemene voorlichting van Communicatie is geweest, zij de opleiding/hogeschool benoemden als afstandelijk en het voornamelijk vertellen over de tevredenheid van de studenten. Tot slot merkt de doelgroep dat tijdens voorlichtingsmarkten de ambassadeurs van Hogeschool Leiden niet altijd de informatie kunnen bieden voor alle opleidingen en dat de stand, tevens waargenomen tijdens observatieonderzoek, wel eens te kort schiet in informatie-/beeldmateriaal en de sfeerimpressie. Hogeschool Leiden zegt dat zij in haar symboliek waarde hecht aan continuïteit en herkenbaarheid, maar dit is in het uiterlijk van deze voorlichtingsmarkten niet naar voren gekomen.

Realistisch beeld

De doelgroep laat op verschillende fronten merken dat zij behoefte hebben aan een realistisch en eerlijk beeld. Het gaat hier om het beeld dat de doelgroep vormt bij de ervaringen tijdens de opleiding, de inhoud van de opleiding, de uitvallers tijdens de studie en de redenen hierachter, de wederkerigheid en de verhouding tussen plus- en minpunten van de opleiding en de hogeschool. Dit zijn tevens de vijf aspecten waarvan de doelgroep wenst informatie te ontvangen. Hoewel de doelgroep over het algemeen dit realistische beeld wel heeft gekregen, zijn hier ook verschillen te zien per opleiding. Tevens geeft de doelgroep aan dat het realistische beeld met name van de (ervaringen van) studenten komt en minder van de docenten.

De doelgroep wenst informatie te ontvangen over wat zij tijdens de opleiding kunnen verwachten, vakkenpakket, toekomstperspectief, begeleiding, het netwerk van de hogeschool, ervaringen van studenten en welke opleidingen gekoppeld zijn aan welke interesses om een zo bewust mogelijke keuze te kunnen maken. Deze informatie en de andere aspecten voor een realistisch beeld, wil de doelgroep met name graag terug zien tijdens de open dag, opleidingsbrochures en op de website. Informatie die de doelgroep wenst en wel terug te zien in de communicatiemiddelen, is het toekomstperspectief en opleidingen gekoppeld aan interesses, maar in de antwoorden van de doelgroep is niet te zien dat zij deze informatie daadwerkelijk gevonden hebben.



Hulp vanuit middelbare- en mbo-school

Tot slot kan het onderzoek concluderen dat de doelgroep behoefte heeft aan meer hulp bij het oriënteren en maken van een bewuste keuze; met name vanuit hun eigen middelbare school. Ook merkten enkele van de doelgroep uit hun omgeving op dat mbo-scholen hier ook, volgens hen, weinig aandacht aan besteden. De doelgroep zou deze hulp graag terugzien in de vorm van een studiekeuzecheck vanuit hun eigen school of een samenwerking tussen hogeschool en middelbare-/mbo-school om aandacht te schenken aan het studiekeuzeproces. Daarnaast wenst de doelgroep voorbeelden van het oriëntatieproces en een stappenplan die een scholier kan doorlopen om achter de keuze te komen.

Antwoord probleemstelling

Hoewel de identiteit niet sterk afwijkt van het imago, kan Hogeschool Leiden deze nog meer in lijn krijgen per opleiding. Ook kan de hogeschool haar identiteit inzetten om in te spelen op de wensen en behoeften van de doelgroep om hen te helpen een betere keuze te maken, door beschikbare middelen meer onder de aandacht te brengen (toekomstperspectief, hulp bij studiekeuze) of uit te breiden (benoemen uitvallers tijdens en redenen waarom, verwachting wederkerigheid, plus- en minpunten en aanvullende inhoudelijke informatie over de opleidingen).



8. Aanbevelingen

Op basis van de resultaten, de aangenomen hypothesen en de getrokken conclusies kan het onderzoek een aantal aanbevelingen doen aan Hogeschool Leiden. Deze aanbevelingen genereren tevens een antwoord op de doelstelling van het onderzoek: een communicatieadvies over het naar voren brengen van de identiteit en het verbeteren van de voorlichtingen.

Best practices

De tweede hypothese leert dat gedrag het belangrijkste element is om aan te passen wanneer het imago niet overeenkomt met de identiteit. Ook stelt de derde hypothese dat de communicatie meer afstemming op de doelgroep nodig heeft wanneer de doelgroep zich niet door de identiteit aangesproken voelt. Omdat het onderzoek concludeert dat er niet altijd samenhang bestaat met het naar buiten brengen van de identiteit van Hogeschool Leiden per opleiding in zowel gedrag als communicatie, volgt een advies over het uitwisselen van *best practices* uit de open dag. Deze *best practices* zijn hoe elke opleiding zich presenteert en gedraagt waar de doelgroep gemeten positief op reageert. De hogeschool vergaart informatie en ervaringen van de doelgroep per opleiding en concludeert dan wat het meest effect heeft. Op basis hiervan kunnen de opleidingen samenwerken en ideeën uitwisselen waarin zij zien dat het bij de doelgroep werkt en passend reflecteert op de identiteit. Voordat de hogeschool daadwerkelijk deze *best practices* kan uitwisselen, dient zij wel eerst per opleiding te evalueren.

Aankleding stands

Uit observatieonderzoek en de diepte-interviews blijkt dat tijdens de voorlichtingsmarkten op middelbare scholen Hogeschool Leiden nog wel eens te kort komt in het uitdragen van haar identiteit in de symboliek die zij hier toepast door het missen van informatie-/beeldmateriaal en sfeerimpressie van de hogeschool. De eerste hypothese stelt dat als het uiterlijk niet past bij wat de organisatie qua identiteit uitstraalt, zij haar symboliek moet aanpassen. Het onderzoek adviseert om het meer aandacht besteden aan de symboliek tijdens de voorlichtingsmarkten, zodat deze in lijn zal staan met de continuïteit en herkenbaarheid waar Hogeschool Leiden naar streeft. De hogeschool kan hier meer aandacht aan besteden door het nadrukken naleven van te leveren bestaand materiaal bij elke voorlichtingsmarkt (opleidingsbrochures, banner en T-shirts) en kan dit aanvullen met beeldmateriaal van de sfeerimpressie van de hogeschool en diversiteit in opleidingen en studentenpopulatie.

Uitbreiden informatie

Uit de wensen en behoeften van de doelgroep blijkt dat zij verschillende informatie nodig heeft. Hogeschool Leiden biedt in haar communicatiemiddelen (website en opleidingsbrochure) enkele van deze informatie waar de doelgroep naar op zoek is. Echter, de doelgroep noemt het zien van deze informatie niet. Het advies is om de informatie die de hogeschool aanbiedt en



waar de doelgroep behoefte aan heeft – zoals toekomstperspectief, de opleidingen per interesses en de manieren van de hulp bij de studiekeuze als de studiekeuze-app – meer uit te lichten en te benoemen tijdens haar voorlichtingen. Ook zou de hogeschool deze informatie uitgebreider kunnen laten zien door hier aanvullende informatie over mee te nemen tijdens bijvoorbeeld de voorlichtingsmarkt in bijvoorbeeld een extra brochure of een voorbeeld/uitdraai van de studiekeuze-check of opleidingen per interesses. Informatie waar de hogeschool nog geen aandacht aan besteedt, maar de doelgroep wel wenst te ontvangen, gaat over uitvallers van de studie, wederkerigheid en plus- en minpunten. De aanvullende informatie die doelgroep wenst te ontvangen en de informatie over wat zij tijdens de opleiding kunnen verwachten, vakkenpakket, begeleiding, het netwerk van de hogeschool en ervaringen van studenten, kan Hogeschool Leiden toevoegen aan de huidige communicatiemiddelen om het beeld van de doelgroep zo breed mogelijk te maken.

Samenwerkingen met middelbare- en mbo-scholen

De doelgroep geeft aan dat middelbare- en mbo-scholen meer aandacht kunnen besteden aan het studiekeuzeproces. Het onderzoek adviseert dat Hogeschool Leiden in gesprek gaat met toeleverende middelbare- en mbo-scholen in Leiden en omstreken om vast te stellen hoe zij meer invulling kunnen geven aan het studiekeuzeproces. De hogeschool kan hierin kijken naar studiekeuzetests en persoonlijke gesprekken van eigen studenten op deze scholen.

Vervolgonderzoeken

Omdat het huidige onderzoek hogeschool breed gericht is en hierdoor geen concrete uitspraken doet per opleiding – maar er wel verschillen per opleiding naar voren zijn gekomen – volgt een advies voor een vervolgonderzoek. Het vervolgonderzoek richt zich per faculteit met een verdieping per opleiding. Een vervolgonderzoek is nodig om te kunnen kijken wat het imago is van elke opleiding en hoe dit in lijn staat met de identiteit van Hogeschool Leiden. Ook kunnen deze vervolgonderzoeken een startpunt bieden voor het uitwisselen van de *best practices*. Voor het vervolgonderzoek kan de hogeschool een stagiair aannemen.

Antwoord doelstelling

Hogeschool Leiden voorkomt uitvallers door *best practices* tijdens open dagen binnen opleidingen met elkaar te delen en meer aandacht te besteden aan de aankleding van de stand tijdens voorlichtingsmarkten voor het naar voren brengen van de identiteit. Tevens kan zij helpen studietoekomstperspectief, middelen voor hulp bij studiekeuze) en door samen te werken met middelbare- en mbo-scholen voor invulling aan het studiekeuzeproces.

9. Implementatie

Het onderzoek adviseert het uitwisselen van best practices, aandacht aan de aankleding van de stand tijdens voorlichtingsmarkten een uitbreiding in de huidige communicatiemiddelen die de hogeschool gebruikt tijdens voorlichtingen, starten van samenwerkingen met middelbare- en mbo-scholen en het uitvoeren van vervolgonderzoeken. Drie van deze aanbevelingen maakt het onderzoek realiseerbaar met behulp van een implementatieplan. De aanbevelingen geven zich weer middels een activiteit, opbrengsten, verantwoordelijken, tijdspad en uiteindelijke geschatte kosten en verwachte uitkomst.

9.1 Randvoorwaarden

Het ontwikkelen van de aanbevelingen dient gereed te zijn voor de start van het schooljaar 2018/2019, zodat de hogeschool deze met de start kan uitvoeren en na een half jaar kan evalueren of de aanbevelingen daadwerkelijk effect hebben op het in lijn brengen van het imago. Dit is haalbaar door een ruim geschatte benodigde tijd van vier maanden om alles op te stellen.

9.2 Implementatieplan

Tabel 9.1 – Implementatieplan (Bron auteur)

Aanbeveling	Activiteit	Verantwoordelijken	Tijdspad
Best practices	Rond de tafel met faculteitsdirecteuren en opleidingsmanagers van elke faculteit en opleiding. Uitwisselen van opgevallen best practices tijdens de voorlichtingen en vaststellen in een nieuw draaiboek.	Afdeling Marketing & Communicatie	Direct starten met gesprekken
	Best practices tijdens de eerste open dag in het schooljaar 2018/2019 uitvoeren en uitkomsten evalueren of deze werken voor de desbetreffende opleiding.	Faculteitsdirecteur & opleidingsmanager	Draaiboek opstellen voor zomer 2018
	Opbrengsten: inzicht in het imago per opleiding en het optimaliseren van het uitdragen van de identiteit van de hogeschool per opleiding, zodat deze meer synchroon loopt door de hogeschool en uiteindelijk meer in lijn is met het imago.		Uitvoeren nieuw draaiboek start schooljaar 2018/2019

Uitbreiden informatie	• Behouden van de informatie over toekomstperspectief, studiekeuzehulp en opleidingen gekoppeld aan interesses. Deze onderwerpen toevoegen aan presentaties/informatievoorzieningen voor de voorlichtingen/open dag of meer uitlichten wanneer deze al beschikbaar zijn. Materiaal ontwikkelen om tijdens voorlichtingsmarkten/open dagen digitaal/schriftelijk een studiekeuzetest te kunnen doen. • Presentaties (open dag), website en opleidingsbrochure aanpassen en toevoegen van: uitvallers tijdens de studie en de redenen hiervan, verwachtingen omtrent wederkerigheid en plus- en minpunten van de opleiding, vakkenpakketten, begeleiding tijdens de opleiding, het netwerk van de hogeschool op basis van die opleiding en ervaringen van studenten. • Alles documenteren in een communicatieplan per opleiding. Opbrengsten: meer afstemming met de doelgroep en het duidelijker naar voren brengen van de identiteit naar hen, waardoor de doelgroep een vollediger beeld heeft van de identiteit van de hogeschool en extra mogelijkheid heeft tot het maken van een bewuste keuze.	Afdeling Marketing & Communicatie Faculteitsdirecteur & opleidingsmanager (leveren informatie per opleiding)	Direct starten met verzamelen bruikbare informatie en opstellen communicatieplan Gereed voor start schooljaar 2018/2019
Samenwerking en met middelbare- en mbo-scholen	• Rond de tafel met toeleverende middelbare scholen in Leiden en omstreken, om te beginnen met de middelbare scholen die naar voren zijn gekomen in dit onderzoek (o.a. Montaigne Lyceum en Christelijk Lyceum Delft). Brainstormen over mogelijkheden van studiekeuzetests en persoonlijke gesprekken studenten op deze scholen.	Afdeling Marketing & Communicatie Adviseur Instroom & Aansluiting Middelbare- en mbo-scholen Leiden en omstreken	Direct starten met gesprekken Draaiboek en studiekeuzetests opstellen voor zomer 2018 Uitvoeren start schooljaar

	• Zoeken naar toeleverende mbo-scholen in Leiden en omstreken. Rond de tafel met deze scholen. • Samenstellen van overkoepelende studiekeuzetests en opstellen draaiboek implementeren van studiekeuzetests en persoonlijke gesprekken. • Uitvoeren van studiekeuzetests en persoonlijke gesprekken op middelbare- en mbo-scholen in de start van schooljaar 2018/2019. Opbrengsten: studievoorzitters zijn door de middelbare- en mbo-scholen meer voorbereid op het oriënteren en zijn beter op de hoogte van een mogelijke studiekeuze op het moment dat zij een bezoek brengen aan een voorlichting van de hogeschool.	Faculteitsdirecteur & opleidingsmanager (hulp bij opstellen studiekeuzetests)	2018/2019
--	--	---	-----------

9.3 Kostenoverzicht

De kostenindicatie betreft een schatting en kan de hogeschool wijzigen naar de daadwerkelijke factuurekosten na afloop van een briefing. De kosten uit het genoemde budget van diverse afdelingen beslaan kosten van vast personeel dat Hogeschool Leiden in dienst heeft en verrekenen zich middels bestaande verantwoording van uurlonen.

Tabel 9.2 – Kostenoverzicht (Bron auteur)

Activiteit	Kosten
Gesprekken faculteitsdirecteuren en opleidingsmanagers <i>best practices</i>	Budget Marketing & Communicatie – budget faculteitsdirecteuren en opleidingsmanagers
Opstellen draaiboek <i>best practices</i>	Budget Marketing & Communicatie
<i>Best practices</i> implementeren in presentaties open dag	Budget faculteiten en opleidingen – budget Marketing & Communicatie
Evaluatie <i>best practices</i>	Budget Marketing & Communicatie
Aanvullende informatie toevoegen presentaties, opleidingsbrochures en website	Budget faculteiten en opleidingen – budget Marketing & Communicatie
Herdrukken opleidingsbrochures	Geschatte drukkosten per opleidingsbrochure: €3,70,- x 1.000 opleidingsbrochures per opleiding (x 25): €92.500.-

Uitdraaien studiekeuzechecklist voorlichtingsmarkt en open dag	Printkosten: €0,07 per A4 x 1.000 studiezoekers: €70,-
Opstellen communicatieplan	Budget Marketing & Communicatie
Reiskosten naar middelbare- en mbo-scholen	Kosten per kilometer €0,19 per 200 km (op basis van heen en weer reizen enkele scholen in Leiden en omstreken): €38,-
Gesprekken met middelbare- en mbo-scholen	Budget Marketing & Communicatie – budget Instroom & Aansluiting
Samenstellen gezamenlijke studiekeuzetests	Budget Marketing & Communicatie – budget Instroom & Aansluiting – budget faculteiten en opleidingen
Opstellen draaiboek	Budget Marketing & Communicatie
Implementatie persoonlijke gesprekken en studiekeuzetests middelbare- en mbo-scholen	Kosten opstellen na briefing
Totaal geschatte externe kosten	€92.608

9.4 Verwachte uitkomst

Het onderzoek verwacht een uitkomst op lange termijn van een percentage uitvallers van 29,6% (staat nu op 33,5%) twee jaar na uitvoeren van de aanbevelingen, omdat studiezoekers met behulp van de verbeterde voorlichtingen meer weet hebben van de identiteit van de hogeschool en de opleiding, beter voorbereid zijn in het studiekeuzeprocess en op basis daarvan een weloverwogen keuze maken voor de opleiding en zeker ook de hogeschool. Het nakomen van de prestatieafspraken omtrent uitval draagt bij aan het uitblijven van het inkorten van subsidie (Reviewcommissie Hoger Onderwijs en Onderzoek, 2016).

Literatuurlijst

- Abratt, R. (1989). A New Approach to the Corporate Image Management Process. *Journal of Marketing Management*. 5. No 3. 63-76.
- Albert, S. & Whetten, D. (1985). *Research in Organizational Behaviour*. Greenwich, CT: Jai Press.
- Aldersey-Williams, H. (2000). Ten Reasons Why Corporate Identity Is Irrelevant. *RSA Journal*, 4 (4): 4-5.
- Balmer, J.M.T. (1997). Corporate Identity: What of It, Why the Confusion and What's Next? *Corporate Reputation Review*
- Balmer, J.M.T. (2001). From the Pentagon: A New Identity Framework. *Corporate Reputation Review*
- Balmer, J.M.T. (2002). Of Identities Lost and Found. *International Studies of Management & Organization*. 10-27.
- Balmer, J.M.T. & Soenen, G.B. (1999). The ACID Test of Corporate Identity Management. *Journal of Marketing Management*. 69-92.
- Bernstein, D. (1984). *Company Image and Reality: A Critique of Corporate Communications*. Eastbourne, Holt: Rinehart & Winston Ltd.
- Birkigt K. & Stadler, M. (1988). *Corporate Identity – Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie.
- Blauw, E. (1994). *Het Corporate Image*. Amsterdam: De Viergang.
- Eijnden, van den en Mur (2016). *Instellingsplan 2017-2022*.
- Gray, E.R. & Balmer, J.M.T. (1998). *Managing Corporate Image and Corporate Reputation*. London: Long Range Planning.
- Gray, E. R. & Smeltzer, L. R. (1985). SMR Forum: Corporate image—an integral part of strategy. *Sloan Management Review*. 26-41.
- Gray, J.G. (1986). *Managing the Corporate Image*. Wesport Connecticut: Quorum Books
- Hatch, M.J. & Schultz, M. (2000). *The Expressive Organizations. Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*. New York: Oxford University Press.
- Hogeschool Leiden (2013). *Communicatie Basiselementen & richtlijnen – Huisstijlhandboek Hogeschool Leiden Versie 1.6*
- Hogeschool Leiden A. (z.d.). *Opleidingen*. Geraadpleegd op 19 september 2017, van <https://www.hsleiden.nl/opleidingen>
- Hogeschool Leiden B. (z.d.). *Hier staan wij voor*. Geraadpleegd op 19 september 2017, van <https://www.hsleiden.nl/over-hl/profiel/hier-staan-wij-voor/hier-staan-wij-voor>
- Hogeschool Leiden C. (z.d.). *Visie*. Geraadpleegd op 29 november 2017, van <https://www.hsleiden.nl/opleiden/onderwijsvisie/visie/visie>

- Hogeschool Leiden D. (z.d.). *Kwaliteit*. Geraadpleegd op 29 november 2017, van <https://www.hsleiden.nl/binaries/content/assets/hsl/over-hl/informatie-kwaliteit-nederlandstalig.pdf>
- Langerak, S. (2016). *Het verhaal achter de cijfers – Prestatieafspraken Hogeschool Leiden*.
- MacLeod, W.B. & Urquiola, M. (2015). Reputation and School Competition. *American Economic Review*, 105(11). 3471-3488.
- Meier, U. & Broekhoff, M. (2012). *Kwalitatief marktonderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Meulenbroeks, D., Beule, E. de & Zwegers, D. (2017). *Markeffect Nationaal Studiekeuze Onderzoek "The next step in the customer journey"*.
- Obermeit, K. (2012). Students' choice of universities in Germany: structure, factors and information sources used. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2). 206-230.
- Olins, W. (1978). *The Corporate Personality*. London: Thames & Hudson.
- Riel, C.B.M. van & Balmer, J.M.T. (1997). Corporate Identity: the concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 5/6(31). 340-355.
- Reviewcommissie Hoger Onderwijs en Onderzoek (2016). *Stelselrapportage 2016*.
- Riel, C.B.M. van (2010). *Identiteit & Imago*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Rijksoverheid (z.d.). *Directe en indirecte instroom hoger beroepsonderwijs*. Geraadpleegd op 8 januari 2018, van <https://www.onderwijsincijfers.nl/kengetallen/hoger-beroepsonderwijs/deelnemers-hbo/directe-en-indirecte-instroom-hbo>
- Selame, E. & Selame, J. (1975). *Developing a Corporate Identity: How to Stand Out in a Crowd*. New York: Chain Store Publishing Corporation.
- Tonder, C.L. van (2004). At the Confluence of Organisation Development (OD) and Organisation Identity Theory (OIT): Enter Identity Interventions. *SA Journal of Industrial Psychology*.
- Topalian, A. (1984). Corporate identity: Beyond the visual overstatements. *International Journal of Advertising*, 3(1). 55-62.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Walsh, C., Moorhouse, J., Dunnett, A. & Barry, C. (2015). University choice: which attributes matter when paying the full price? *International Journal of Consumer Studies*.

Bijlage I – Basiselementen huisstijl

In het huisstijlhandboek van Hogeschool Leiden uit 2013 staan de richtlijnen voor de basiselementen van de huisstijl beschreven. De elementen zijn Persoonlijk & Karakteristiek, Motiverend & Verklarend, Opleidingsgericht & Verbeeldend en Focus & Aandacht. Onderstaande afbeelding geeft weer hoe deze elementen de kern vorming in een uiting van de hogeschool.



Figuur I.1 – Basiselementen huisstijl (Hogeschool Leiden, 2013)



Bijlage II – Gesprek College van Bestuur: Agnita Mur

Voor het vaststellen van de identiteit en het ondersteunen van de identiteit die op papier staat, is een gesprek aangegaan met lid College van Bestuur Agnita Mur. In dit telefonische gesprek van 30 minuten stond de vraag over de identiteit van Hogeschool Leiden en hoe zij dit (wenselijk) naar buiten brengt in haar voorlichtingen centraal.

Hoe beschrijft u de identiteit van Hogeschool Leiden?

Agnita: Ik denk dat Hogeschool Leiden een multisectorale hogeschool is in de Randstad. Daarin zijn we anders dan andere multisectorale hogescholen in de Randstad omdat wij niet zo groot zijn in omvang. De afgelopen jaren heb ik me door studenten laten vertellen dat Hogeschool Leiden een eigen sfeer kent en waarin studenten en docenten elkaar kennen. Het persoonlijke, dat zou het verschil moeten maken voor scholieren om hier te studeren ten opzichte van een massalere school.

Heeft u een voorbeeld waarin dit kleinschalige een voordeel is?

Agnita: Onze hogeschool kent 23 opleidingen. De paden veranderen op dit moment in de wereld en daarin is het dan soms ook belangrijk dat opleidingen met elkaar samenwerken. Dat is voor onze hogeschool goed te doen en dichtbij door de omvang om over de grenzen van de eigen opleidingen heen te kijken. Dat is dus ook een voordeel voor onze studenten.

Heeft u een voorbeeld van zo'n samenwerking?

Agnita: Er is nu een samenwerking in het eerste jaar tussen Verpleegkunde en Sociaal Werk, waarin studenten het eerste jaar beide richtingen krijgen en daarna een keuze kunnen maken. Daarbij is ons honoursprogramma hogeschool breed en werken we samen met het centrum van Leiden voor innovatie en ondernemerschap.

En wat maakt Hogeschool Leiden nog meer echt Hogeschool Leiden?

Agnita: Sowieso ons opleidingsaanbod, dat is erg gericht op onze regio en het werk binnen deze regio – op enkele landelijke opleidingen na. Als gevolg daarvan hebben wij ook verschillende onderzoeksdomeinen en lectoren aangenomen die op deze regio en opleidingen gericht zijn. De samenwerkingen met het werkveld zijn ook goed. Daarin zijn wij ook een bewust geprofileerde school: we zitten in het Bio Science Park, we werken nauw samen met de onderwijsinstellingen in onze regio en we hebben een nauwe verbinding met het MKB voor de opleidingen in Management en Bedrijf.

Pakt Hogeschool Leiden dat anders aan dan andere hogescholen naar uw weten?

Als ik heel eerlijk ben: ik ben niet op zoek naar om het anders te doen dan andere hogescholen. Ik weet dat wij het goed doen. Daarmee zeg ik niet iets over hen, maar zeg ik iets over ons. Dat wil ik ook graag zo blijven doen.

Hoe zorgt u dat er een rode draad van de identiteit loopt in alle verschillende opleidingen en faculteiten binnen Hogeschool Leiden?

Agnita: We zitten natuurlijk sowieso dichtbij elkaar in hetzelfde gebouw. Dat gebouw is dan ook wel op die manier sfeerbepalend. Elke opleiding heeft een eigen werkveld en maakt daarin ook zijn eigen keuzes. In ons instellingsplan hebben we een aantal punten geformuleerd waarvan we dat samen met de hele hogeschool willen doen. Dat zijn de vijf beloftes. Daarin kijken we per onderdeel wat onder zo'n belofte of ambitie valt of dat belangrijk is om voor de hele hogeschool op één eenduidige manier te doen, of doen we dat per faculteit of zelfs per opleiding omdat de arbeidsmarkt daar wellicht om vraagt. Dat is een afweging. Eigenlijk is het



ook wel onze kracht dat we die ruimte geven, in plaats van dat alles via één stramien moet gebeuren. Die rode draad kan voor een student zijn dat het gebouw en de sfeer daarin heel bepalend is.

Bent u niet bang voor een diffuus imago wanneer elke opleiding, ook in haar voorlichting, een andere aanpak heeft?

Nee daar ben ik niet bang voor. Elke opleiding kent ook een eigen doelgroep en scholier die door de opleiding aangesproken wordt. Ik durf de stelling aan te gaan dat niet alle studenten die geïnteresseerd zijn in verschillende opleidingen bij ons hetzelfde gedrag hebben; op dezelfde manier aangesproken worden door dezelfde informatie in dezelfde fase van de stappen die ze doorlopen. Een student die Informatica wil studeren heeft een ander gedachtepatroon dan een student die bijvoorbeeld Vrijeschool Pabo wilt doen. Die verschillen moet je ook kunnen zien. Dat blijft ons speerpunt: de ruimte om die verschillen in te zetten of niet.

Voor welke dingen doet u dat niet?

Laat ik het zo zeggen: bij sommige punten moet je besluiten eenduidig te zijn en op sommige punten niet. Daarin is het belangrijk om goede keuzes te maken. Als het werkveld er om vraagt, of de pedagogisch didactische keuzes gebaseerd op de inhoud van het curriculum, dan moet je daarin keuzes kunnen maken. En dat is precies waarvan wij willen dat de docenten daarin de expert zijn.

Wat is voor u het belangrijkste hoe studietoekende scholieren Hogeschool Leiden zien?

Dat wij niet doen aan werving, maar aan voorlichting. Daarin hoop ik dat wij ze zo goed mogelijk kunnen helpen door de informatie te geven zodat ze een zo reëel mogelijke keuze kunnen maken gebaseerd op wat ze te wachten staat, wat ze gaan doen en hoe dat eruit komt te zien. Zo kunnen ze bij zichzelf te rade gaan: *'is dit wat voor mij?'* en *'word ik daar gelukkig van?'*

En hoe helpt Hogeschool Leiden de studietoeker daarmee?

De studentenreis – het verkennen en het beslissen en al die stappen daarin – die hebben we niet voor niets gemaakt. Ik vind het ook heel belangrijk dat we nu aan het kijken zijn hoe een student een individuele route kan doorlopen waarin hij zelf zijn tempo bepaalt. Onze missie is geslaagd op het moment dat wij de scholieren de informatie geven dat waarin zij goed weten wat de opleiding inhoudt, hoe wij dat doen met elkaar en welke wereld de scholier binnenstapt.

Hoe zorgt u dat de uitingen van Hogeschool Leiden zo dicht mogelijk bij de identiteit blijven?

Wat voor mij belangrijk is, is dat wij beeldmateriaal laten zien dat diversiteit van onze opleidingen en onze studentenpopulatie uitstraalt – die diversiteit vinden wij namelijk ook belangrijk als hogeschool – en dat we daar ook echt naar op zoek gaan om dat beeld zo te laten zien. Op dit moment maken wij ook een ontwikkeling door dat opleidingen zelf ervoor zorgen dat de content die zij produceren in onze uitingen goed zijn. Zelf zou ik graag nog de stap willen maken dat een scholier bij wijze van spreken een eigen brochure zou kunnen samenstellen. Daarnaast is het ook belangrijk dat we consistent zijn in onze huisstijl en eens in de zoveel tijd kijken of dit nog steeds past bij wie wij zijn.

Welke punten vindt u essentieel voor Hogeschool Leiden om terug te laten komen in haar voorlichtingen?

Voorlichtend, gastvrij, een realistisch beeld van hoe we werkelijk zijn en gericht op de verschillende doelgroepen. Hierin is natuurlijk altijd ruimte voor verbetering, maar daarom wordt



er veel aandacht besteed aan de open dagen en de bevindingen daaruit delen met de hele hogeschool.

Wat is daar nog belangrijk in om in het achterhoofd te houden voor dit onderzoek?

De verschillende fases van de scholier in het keuzeprocess profileert ons het ene moment als die ene hogeschool met die verschillende opleidingen en keuzes die je daar kan maken en het andere moment wanneer ze gericht de opleiding in gaan. Ik denk dat het juist krachtig is dat we verschillend zijn hoe we per opleiding een voorlichting aanpakken – toegespitst op de doelgroep. Ook moeten we dan kijken waar het niet krachtig is; daar moeten we het dan over hebben. Nogmaals: ik ben niet bang voor die verschillen. Ik ben natuurlijk verantwoordelijk voor de hele school en dan is het makkelijk om te zeggen: we doen het allemaal op één, en niet anders. Maar eigenlijk doen we dat dus bewust niet. Bepaalde diversiteit is ook heel erg nuttig en moeten we vooral zo houden.

Bijlage III – Factsheet voorlichtingsmarkt

Onderstaande factsheet gebruikt Hogeschool Leiden om ambassadeurs voor te bereiden voor de voorlichtingsmarkt waar zij aanwezig zullen zijn. Deze bijlage betreft een factsheet voor de voorlichtingsmarkt op het Christelijk Lyceum Delft, maar de inhoud is soortgelijk bij alle voorlichtingsmarkten op middelbare scholen. *Let op: de factsheet is aangepast naar de lay-out van dit onderzoek en beperkt zich tot de informatieinstructies en het evaluatieformulier voor een inzicht in de inhoud en aanpak van Hogeschool Leiden tijdens voorlichtingsmarkten. Inhoudelijk is de factsheet hetzelfde als het origineel.*

Informatie voorlichting Studiemarkt Christelijk Lyceum Delft

Datum:	15 december 2017
Tijd:	De markt wordt gehouden van 13:00 – 17:00 Graag vanaf 12:30 aanwezig om de stand op te bouwen
Adres:	Christelijk Lyceum Delft Molenhuispad 1 2614 GE Delft
Type voorlichting:	Studiemarkt
Voorlichters:	Namens Hogeschool Leiden zijn aanwezig: • 5 ambassadeurs Een paar belangrijke punten: • zorg voor een open houding (ga niet achter een tafel zitten maar ga staan), • zorg dat je oogcontact hebt, • eet en drink voor de voorlichting begint of loop (in overleg met je mede-ambassadeurs) even van de stand weg, • blijf vriendelijk en actief ook als er even niemand iets komt vragen, • let op wat je zegt: is het jouw mening, is het voor iedereen zo, is de context duidelijk, etc.
Inhoud voorlichting:	• Hoewel je natuurlijk het meeste weet van je eigen opleiding, sta je namens Hogeschool Leiden op de voorlichtingsmarkt. Probeer dus ook vragen over andere opleidingen (die niet zijn vertegenwoordigd) te beantwoorden. Daar kun je uiteraard de brochure van de opleiding voor gebruiken. • Noteer vragen die je niet kunt beantwoorden (inclusief gegevens van vrager). • Probeer een realistisch beeld van jouw opleiding en de hogeschool te geven. • Ter info: Hogeschool Leiden heeft 23 bacheloropleidingen, met ongeveer 9000 studenten, waarvan ongeveer 3600 eerstejaars. We zijn een middelgrote hogeschool (vergelijk: de Haagse Hogeschool heeft 18.000 studenten). • Probeer de leerlingen enthousiast te maken voor een bezoek aan een Open Dag. De volgende Open Dag voor Hogeschool Leiden is op zaterdag 16 december van 10:00 tot 14:00 uur. • Bij sommige opleidingen kunnen leerlingen een dagje meelopen met een student (verwijs voor meer informatie door naar de website). • Lees voor de voorlichting de homepage van de hogeschool (hsleiden.nl) voor eventuele nieuwtjes. •

Voorlichtings-materiaal:	Door een koerier wordt een pakket met de volgende voorlichtingsmaterialen bij de school (conciërge) afgeleverd: • Polo's voor de voorlichters (studenten) • Algemene brochures waarin alle opleidingen staan vermeld (dit zijn enkel inkijk exemplaren. Met het oog op duurzaamheid de geïnteresseerden graag verwijzen naar de website van HSL. Hier kunnen alle brochures worden gedownload) • Presentatiewand/roll up banner (indien beschikbaar) • HL pennen en gadgets (indien beschikbaar, om uit te delen)
Inrichten tafel:	Meld je bij aankomst bij de receptie/conciërge en haal daar de materialen op. Richt hiermee de tafel in die je krijgt toegewezen. Ruim na afloop de tafel op en lever de spullen die over zijn weer in bij de conciërge. Deze spullen worden door de koerier opgehaald. Als er iets niet duidelijk is vraag je dit aan de conciërge of eventueel aan de contactpersoon van de school.
Contactpersoon HL:	Lein Labruyere -06 nummer afgeschermd-

Evaluatieformulier voorlichtingsactiviteit

(Graag evaluatieformulier invullen en binnen 1 week na de voorlichting mailen naar marketingencommunicatie@hsleiden.nl)

1. Zijn er verbeterpunten als het gaat om voorbereiding (bijvoorbeeld informatievoorziening ambassadeurs)

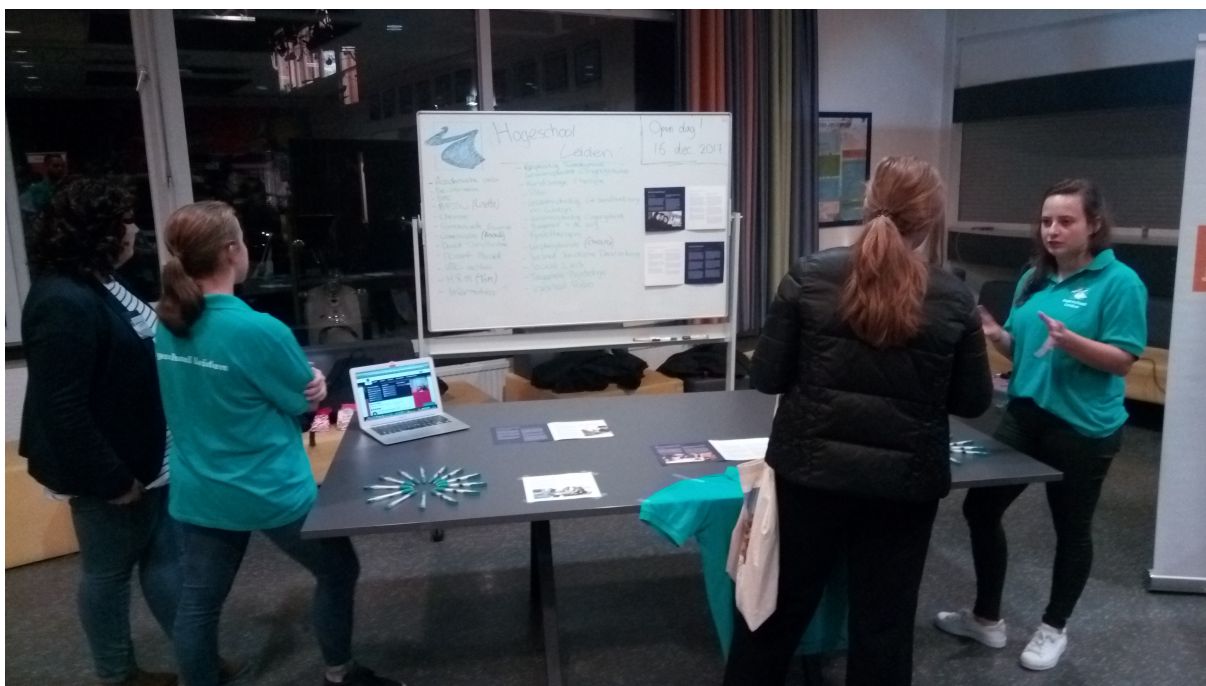
2. Wat voor soort vragen werden er gesteld door leerlingen?

3. Wat zijn verbeterpunten als het gaat om het programma?

4. Zijn er andere verbeterpunten?

Bijlage IV – Beeldmateriaal van voorlichtingsmarkten

Om inzichtelijk te krijgen hoe de voorlichtingsmarkten van Hogeschool Leiden er in de praktijk uitziet, is beeldmateriaal verzameld van ambassadeurs die op diverse voorlichtingsmarkten aanwezig zijn geweest. Het beeldmateriaal betreft hier enkele voorlichtingen waar volgens de ambassadeurs onvoldoende materiaal aanwezig was. Figuur IV.1 en figuur IV.2 zijn verkregen middels een van de aanwezige ambassadeurs.



Figuur IV.1 – Voorlichtingsmarkt *onbekend*: alleen T-shirts en pennen geleverd (Bron auteur)



Figuur IV.2 – Voorlichtingsmarkt *onbekend*: geen spullen geleverd (Bron auteur)



Figuur IV.3 – Voorlichtingsmarkt Christelijk Lyceum Delft: geen banner geleverd (Bron auteur)



Figuur IV.4 – Voorlichtingsmarkt ISW Naaldwijk: te weinig opleidingsbrochures (Bron auteur)

Bijlage V – Topic guide

De respondenten krijgen een half-gestructureerd interview. Op deze manier werkt het interview met een vragenlijst, maar is er ruimte voor eigen invulling en doorloop van het gesprek. Het interview hanteert de onderstaande structuur, topics en mogelijke vragen om een antwoord op deze topics te krijgen. De mogelijke vragen bieden een houvast wanneer de interviewer vastloopt in het stellen van vragen.

Introductie

Het interview start met een korte introductie van de interviewer naar de respondent. De interviewer stelt zich voor en heet de respondent van harte welkom. De respondent krijgt een korte samenvatting van het doel van het interview en wat hij/zij kan verwachten (globale structuur en tijdsduur).

Voorlichting/markt/open dag algemeen

De eerste vragen gaan in op de voorlichting/markt/open dag die de respondent heeft bezocht. De interviewer is hier op zoek naar de beweegredenen van het bezoek, het algemene beeld van Hogeschool Leiden tijdens de voorlichting en eventuele verschillen met andere hogescholen.

Topics

1. **Waarom kijken bij Hogeschool Leiden**
2. **Algemene indruk/totaalbeeld**
3. **Verschillen met andere hogescholen**

De interviewer kan voor hiervoor de volgende vragen inzetten:

- Waarom ben je bij de voorlichting/stand van Hogeschool Leiden gaan kijken?
- Als je Hogeschool Leiden zou moeten beschrijven aan de hand van wat je allemaal tot nu toe gezien hebt van de hogeschool, wat zou je dan zeggen?
- Wat voor verschillen zag je met andere hogescholen die bij de voorlichting/markt aanwezig waren?

Vervolgens gaat het interview door met de elementen van de corporate identity mix, toegespitst op welke aspecten de respondent hiervan gezien heeft en hoe de beeldvorming van de hogeschool hiermee tot stand komt.

Symboliek

Dit topic gaat in op de symboliek van Hogeschool Leiden. Voor deze vragen heeft de interviewer enkele voorbeelden van uitingen bij zich waarbij de respondent meteen het beeld voor zich heeft waar hij/zij haar ervaring op kan toepassen.

Topics

4. **Beeld bij uitstraling hogeschool**
5. **Beeld bij uiterlijke kenmerken**

De interviewer kan voor dit topic de volgende vragen inzetten:

- Wat vond je van het uiterlijk van de stand/voorlichting/open dag? Vind je het passen bij het beeld dat je hebt? Of zou je het anders inrichten waardoor de voorlichting voor jou duidelijker zou worden?

- Hoe vind jij de uitstraling en de lay-out van Hogeschool Leiden bijdragen bij het beeld dat jij van ze hebt? Vind je dat ze het hierin beter kunnen doen om het meer te laten passen? Wat zou je anders doen?

Gedrag

Dit topic gaat in op het gedrag van de ambassadeurs van Hogeschool Leiden, hoe zij de scholieren benaderden en welke informatie zij aan hen prijsgaven.

Topics

- 6. Beeld bij het gedrag van de ambassadeurs**
- 7. Welke informatie is bijgebleven**
- 8. Realistisch beeld**

De interviewer kan voor dit topic de volgende vragen inzetten:

- Hoe heb jij de manier waarop je werd aangesproken door de vertegenwoordigers van Hogeschool Leiden ervaren? Heb je het idee dat je al je vragen / zorgen kwijt kon? Hoe werd hierop volgens jou gereageerd?
- Wat is je bijgebleven van de informatie die jou gegeven is over de hogeschool / opleiding?
- Heb je het idee dat je een realistisch beeld hebt gekregen van de hogeschool?

Communicatie

Het volgende topic gaat in op de communicatiemiddelen die Hogeschool Leiden toepast tijdens haar voorlichtingen. De interviewer neemt enkele communicatiemiddelen mee naar het interview zodat de respondent meteen het beeld voor zich heeft.

- 9. Beeld bij opleidingsbrochure**
- 10. Beeld bij website**

De interviewer kan voor dit topic de volgende vragen inzetten:

- Als jij nu in de opleidingsbrochure van Hogeschool Leiden kijkt, is er informatie die je mist die jou wel zou helpen een bewustere keuze te maken?
- En bij de website?
- Wat voor beeld laten deze communicatiemiddelen bij jou van de hogeschool achter? Wat valt je op aan de communicatiemiddelen?

Wensen en behoeften

De wensen en behoeften van de respondent staan tijdens het interview ook centraal. Hierin krijgt de respondent enkele kenmerken voorgelegd en de vraag hoe dit de beeldvorming zou beïnvloeden. Tevens krijgt de respondent de vraag hoe zij informatie over deze kenmerken wensen te ontvangen. Tot slot vormen de laatste vragen een beeld van de wensen en behoeften over welke informatie nodig is en welke middelen nodig zijn om een bewuste keuze te maken.

Topics

- 11. Beeld bij duidelijkheid over uitvallers**
- 12. Beeld bij duidelijkheid over wederkerigheid**
- 13. Beeld bij enkel positieve informatie**
- 14. Hoe communiceren uitvallers**
- 15. Hoe communiceren wederkerigheid**
- 16. Hoe communiceren realistische aspecten**

- 
- 17. Welke informatie heeft de scholier nodig**
 - 18. Hoe communiceren benodigde informatie**
 - 19. Wat heeft de scholier nog meer nodig voor een bewuste keuze**

Hiervoor kan de interviewer de volgende vragen inzetten:

- Hoe zou je het vinden als de school meer duidelijkheid geeft over hoeveel studenten afvallen en wat de redenen daarbij zijn?
- Zou het jou helpen meer informatie te krijgen over wat de hogeschool allemaal van jou verwacht op het moment dat jij je inschrijft voor een opleiding en tijdens de studie? Hoe zou dit jouw beeld van de hogeschool beïnvloeden?
- Wat vind jij belangrijk om te weten van een hogeschool voordat je een bewuste keuze maakt? (studiebegeleiding, campus, overstapmogelijkheden, baankansen) Vind je dat je hier voldoende informatie over hebt gekregen? Hoe zou jij dit anders naar voren brengen als jij de voorlichting kon geven?
- Tijdens de voorlichting waren maar enkele opleidingen aanwezig. Heeft dit jou belemmerd in wat je wilde weten van de hogeschool/opleiding? Wat voor beeld kreeg je hierbij? Hoe zou jij dit anders aangepakt hebben?
- Zou jij tijdens een voorlichtingsmarkt meer voorlichting willen hebben over de praktische informatie hogeschool, zodat je zelf op zoek kan naar informatie over de opleidingen of andersom? Hoe zou dit bijdragen aan het beeld wat je van de hogeschool hebt?
- Hoe vind jij het als je alleen maar de positieve informatie te horen krijgt van een hogeschool / opleiding in plaats van de meer realistische, zwaardere aspecten?
- Wat voor invloed op het beeld wat jij van Hogeschool Leiden hebt zou het hebben als er de communicatiemiddelen aandacht besteden aan hoe de hogeschool uitvallers voorkomt en wat het van jou verwacht om jouw studiesucces te verbeteren?
- Hoe zou jij naar scholieren communiceren over uitvallers en studiesucces? Denk je dat het scholieren zou helpen beter voorgelicht te zijn?
- Wat zou jij nog meer nodig hebben, naast de voorlichting/informatie die je van Hogeschool Leiden hebt gekregen, om een bewustere keuze te kunnen maken voor een hogeschool / opleiding?

Slotvragen

De laatste vragen brengen nog enkele algemene imago-punten in kaart met de vraag of de respondent voor de hogeschool zou kiezen en laten de respondent nog input leveren die hij/zij misschien gemist heeft in de eerdere vragen van het interview.

Topics

- 20. Zou de scholier kiezen voor Hogeschool Leiden**
- 21. Suggesties/opmerkingen/ideeën**

De vragen voor bovenstaande topics kunnen zijn:

- Zou je kiezen voor een opleiding op Hogeschool Leiden? Waarom wel/niet?
- Heb je zelf nog andere suggesties/ideeën/opmerkingen die je niet kwijt kon tijdens de vragen van het interview?

Bijlage VI – Respondentenschema

Hieronder staat het uitgebreide respondentenschema weergegeven met daarin aanvullende informatie over de respondenten.

Tabel VI.1 – Respondentenschema (Bron auteur)

	M/V	Leeftijd	Niveau	Middelbare school	Interesse in	Bezocht
Respondent 1	Vrouw	17	5 havo	Montaigne Lyceum Den Haag	Human Resource Management	Beroepenmarkt
Respondent 2	Man	15	4 havo	Montaigne Lyceum Den Haag	Biologisch en Medisch Lab.	Beroepenmarkt
Respondent 3	Man	18	5 havo	Montaigne Lyceum Den Haag	Sociaal Juridische Dienstverlening	Beroepenmarkt
Respondent 4	Man	16	5 havo	Montaigne Lyceum Den Haag	HBO Rechten	Beroepenmarkt
Respondent 5	Vrouw	16	5 havo	Montaigne Lyceum Den Haag	Commerciële economie	Beroepenmarkt en open dag
Respondent 6	Vrouw	16	5 havo	Bonaventura College Leiden	Verpleegkunde	Open dag
Respondent 7	Man	17	5 havo	Christelijk Lyceum Delft	Sociaal Werk	Open dag
Respondent 8	Vrouw	16	5 havo	Ashram College Alphen a/d Rijn	Chemie	Open dag
Respondent 9	Vrouw	17	5 havo	Antonius College Gouda	Communicatie	Open dag
Respondent 10	Vrouw	18	5 havo	Da Vinci College Leiden	Communicatie	Open dag
Respondent 11	Vrouw	15	4 havo	Christelijk Lyceum Delft	Zorg en welzijn	Studiemarkt
Respondent 12	Vrouw	15	4 havo	Christelijk Lyceum Delft	Pabo	Studiemarkt
Respondent 13	Vrouw	17	5 havo	Christelijk Lyceum Delft	Biologisch en Medisch Lab.	Studiemarkt en open dag

Respondent 1 tot en met 5 zijn geïnterviewd 3,5 week na de bezochte voorlichting. Respondent 6 tot en met 10 zijn geïnterviewd enkele uren na de bezochte voorlichting. Respondent 11 tot en met 13 zijn geïnterviewd een halve week na de bezochte voorlichting.

Bijlage VII – Verbatims

De verbatims bevatten de vragen en de antwoorden hierop aan de hand van de topic guide. Hierbij is de introductie en het voorstellen weggelaten om enkel informatie te tonen die voor het onderzoek van belang is.

Respondent 1

Montaigne Lyceum Den Haag

17 jaar oud, 5 havo, vrouw, interesse in HRM

Interview 3,5 week na voorlichting

Bezocht: beroepenmarkt

[intro]

Interviewer: Waarom sprak Hogeschool Leiden jou aan waardoor je langs ging bij hun stand op de beroepenmarkt?

Respondent 1: Ik ben vorig jaar ook op enkele open dagen geweest en ook die van Hogeschool Leiden. Daar sprak de school mij erg aan omdat hij zo kleinschalig is. Dat vind ik zelf heel leuk. Toen ben ik ook bij de presentatie Communicatie geweest; dat vond ik echt een leuke presentatie vooral hoe ze vertelden wat je allemaal ging doen op de opleiding. Ik ben sowieso van plan nog een keer naar Hogeschool Leiden te gaan.

Interviewer: En hoe verliep het contact bij de stand op de beroepenmarkt volgens jou?

Respondent 1: Ik ging erheen om een brochure te pakken voor Human Resource Management. Toen ik daar stond kwam een student die deze studie ook deed meteen op mij af om mij te informeren over hoe het op die school is en hoe het op de opleiding is. We hebben toen een heel lang gesprek gehad.

Interviewer: Als je Hogeschool Leiden zou moeten beschrijven aan de hand van alles wat je tot nu toe ervan gezien hebt, hoe zou je de hogeschool dan omschrijven?

Respondent 1: [twijfelachtig] Gezellig? Ze gaven wel aan dat, omdat het zo kleinschalig is, elke docent je wel bij de naam kent en niet dat je maar een nummer bent. Dat spreekt me erg aan. Dat lijkt mij wel fijn.

Interviewer: Heb je ook andere hogescholen bezocht?

Respondent 1: Ja. De Haagse Hogeschool en Hogeschool Rotterdam.

Interviewer: Zag je grote verschillen met Hogeschool Leiden?

Respondent 1: Ik zag wel verschillen ja. Niet perse negatief. Maar bijvoorbeeld, de Haagse Hogeschool sprak mij totaal niet aan omdat het zo onwijs groot is. En ik weet niet zeker of het kwam door hun vakkenpakket of door de sfeer die in de school hing, maar het sprak mij totaal niet aan. Hogeschool Rotterdam is wel een hele leuke school vind ik. Ze zijn wel wat groter dan [Hogeschool] Leiden volgens mij, maar zij hebben ook wel een bepaalde sfeer die mij aanspreekt. Net als Hogeschool Leiden eigenlijk.

Interviewer: En waarom zou je eerder voor Hogeschool Leiden kiezen?

Respondent 1: Dat weet ik nog niet. Vorig jaar wist ik 100% zeker dat ik voor Hogeschool Leiden zou kiezen omdat het dichtbij is. En ik heb ook het gevoel dat [Hogeschool] Leiden meer hulp bied aan de studenten. Maar ik ben nu ook bij Hogeschool Rotterdam geweest en



daardoor twijfel ik wel ook omdat ik die stad heel erg leuk vind en ze hebben een beetje hetzelfde principe als Hogeschool Leiden naar mijn idee.

Interviewer: Wat vond je van het uiterlijk van de stand?

Respondent 1: Ik weet het niet zo goed meer. Volgens mij was het wel netjes.

Interviewer: Vond je het uiterlijk van de stand passen bij het beeld dat je had van Hogeschool Leiden?

Respondent 1: [weifelend] Er stonden wel genoeg studenten om vragen te beantwoorden. Uhm. Ja, het paste wel bij mijn beeld van de hogeschool. Het was allemaal vrij duidelijk wat er stond aan informatie en beeldmateriaal. Het bevestigde mijn sfeergevoel bij de school wel. Open, vriendelijk en behulpzaam.

Interviewer: Konden ze hierin wel nog iets beter doen?

Respondent 1: Nee, voor mij niet. Ik vond het duidelijk genoeg.

Interviewer: [laat website zien] Wat roept dit bij je op?

Respondent 1: Het trekt meteen mijn aandacht. Niet chaotisch, gewoon goed. Je kan meteen vinden wat je zoekt en aanmelden voor de open dag als je dat wil. Dat behulpzame zie ik hier wel in terug. Ze zorgen dat jij in één oogopslag alle informatie bij de hand hebt of in ieder geval makkelijk kan vinden. Dat vind ik erg goed.

Interviewer: Zijn er dingen die je hier anders zou doen om het nog meer bij Hogeschool Leiden te laten passen?

Respondent 1: Wat ik wel heb opgemerkt, toen ik mij ging aanmelden voor proefstuderen, is dat ze toen bepaalde informatie best laat opstuurde. Ik kreeg wel meteen een e-mail dat ik was aangemeld en wanneer het was, maar het rooster voor de dag zelf kreeg ik pas in de week van het proefstuderen. Dat was bij Hogeschool Rotterdam anders, die wisten het wel gelijk en stuurden dat ook gelijk mee. Dat vond ik wel jammer en een beetje slordig.

Interviewer: [laat logo zien] Wat roept dit bij je op?

Respondent 1: [weifelend] Ik zie niet echt iets wat het bijzonder maakt of waardoor je het kan herkennen dat het Hogeschool Leiden is. Ik vind de logo's van andere hogescholen zoals [Hogeschool] Rotterdam duidelijker omdat je in grote letters meteen ziet welke hogeschool het is. Hier is het nog een beetje vaag vind ik.

Interviewer: Past het bij Hogeschool Leiden volgens jou?

Respondent 1: Ik vind de kleuren goed; ze passen wel bij het sfeerbeeld dat ik heb. Rustig, niet te chaotisch. Maar het kan misschien wat duidelijker. Dat je meteen ook een herkenningspunt hebt van Leiden of van de school. Bij de R van Hogeschool Rotterdam zie je ook meteen dat het die school is.

Interviewer: Bij de communicatiemiddelen die je kreeg op de beroepenmarkt, was er informatie die je mist?

Respondent 1: [erg weifelend] Bij Hogeschool Rotterdam vind ik de informatie wel concreter. Je krijgt bijvoorbeeld ook een herinneringsmailtje als je je ergens voor hebt aangemeld en een mail als ze je gemist hebben tijdens een van die dagen. Bij Hogeschool Leiden was dat niet echt zo. Dat geeft toch wel een bepaald beeld waarbij je je afvraagt of het wel goed georganiseerd is, zulke dingen.

Interviewer: En welke dingen vind je wel goed?

Respondent 1: Je hebt zo'n studiekeuzetestje op de website. Dat vind ik erg goed. Ze helpen je bij een keuze maken als je het niet echt weet. Hierin hebben ze dat wel weer oog voor de student. Ik denk dat ze wel bereid zijn je te helpen met de belangrijke dingen en die aan je te laten zien maar misschien nog wat slordig zijn in hun mailverkeer en de dingen die ze je sturen per mail.

Interviewer: Hoe ervaren je het contact met Hogeschool Leiden op de beroepenmarkt [met de ambassadeurs]?

Respondent 1: Ik vond het contact heel goed gaan. Ik vond het heel prettig dat zelf iemand van de hogeschool op mij afstapte toen ik erheen liep in plaats van dat ik om aandacht moest vragen. Bij andere hogescholen [op de beroepenmarkt] was dit niet zo; zij kwamen niet naar je toe. Hogeschool Leiden nam zelf initiatief om mij te helpen met al mijn vragen. Dat leidde tot een lang gesprek.

Interviewer: Wat is je bijgebleven aan informatie die aan jou verteld werd tijdens de beroepenmarkt?

Respondent 1: Hij had het vooral over dat hij zelf de studie deed en in het laatste jaar zat. Hij had z'n scriptie ingeleverd en moest nog op z'n cijfer wachten. [weifelend] Ik vroeg zelf nog hoe het eerste jaar eruit zag en hoe de overgang is van havo naar hbo. Hij beschreef wat ik kon verwachten, over stages en minoren. Ik stelde ook meer persoonlijke vragen over hoe hij het ervaart. Die ervaringen deelde hij wel. Dat gaf mij ook een open en eerlijk beeld van de hogeschool.

Interviewer: En wat vertelde hij over waarom je voor Hogeschool Leiden zou moeten kiezen?

Respondent 1: Wat mij opviel is dat hij zei dat hij niet slecht zou praten over andere hogescholen zodat ik eerder geneigd zou zijn om naar Hogeschool Leiden te gaan. Hij benadrukte dat ik goed moest kijken welke school bij mij zou passen en dat dat ook mijn eigen keuze moet zijn. Dat viel mij heel erg op. Normaal zijn scholen naar mijn idee alleen bezig met je naar binnen halen en alleen te zeggen over hoe goed ze zijn. Dat vind ik totaal niet leuk. Het gaf mij wel een beeld dat Hogeschool Leiden een stuk eerlijker is en je meer ruimte geeft voor je eigen keuzes. Ze proberen je niet over te halen zeg maar.

Interviewer: Hoe zou jij het ervaren als een hogeschool duidelijk zou zijn over hoeveel uitvallers zij kennen bij de opleidingen en wat hier de redenen van zijn?

Respondent 1: Dat zou ik heel erg fijn vinden. Meestal vraag ik mij inderdaad ook af wat meer realistische cijfers zijn bij hogescholen. Cijfers over uitvallers kan mij alvast een beeld geven over wat ik kan verwachten, hoe moeilijk de studie is en ben ik wel in staat om de studie te doen. Dat lijkt mij wel erg fijn.

Interviewer: Welk beeld zou dit voor jou creëren?

Respondent 1: Een eerlijk en realistisch beeld. Niet perse bezig met studenten binnenhalen maar echt eerlijk laten zien wat je kan verwachten.

Interviewer: Welk beeld zou jij krijgen als je hoort dat een bepaalde opleiding veel uitvallers heeft?

Respondent 1: Het hoeft niet perse negatief te zijn. Het kan aan veel dingen liggen; de motivatie van de student bijvoorbeeld. Maar als het aan de hogeschool zelf zou liggen, dat het vakkenpakket te moeilijk zou zijn bijvoorbeeld, dat zou je aan jezelf kunnen twijfelen of je zo'n



hogeschool wel aankan. Ik denk dat het wel erg belangrijk is dat een hogeschool wel precies vermeldt waar dat grote aantal uitvallers door komt.

Interviewer: Hoe zou je willen dat de school deze informatie naar jou communiceert?

Respondent 1: [weifelend] Weet ik niet. Op de open dag misschien. En misschien een linkje op de website bij de opleiding of zo. Zolang de redenen er maar bijstaan.

Interviewer: Hoe zou jij het ervaren als een hogeschool duidelijk zou zijn in, niet alleen wat jij van de hogeschool kan verwachten, maar zeker ook in wat zij voor inzet van jou verwachten meteen al vanaf het moment van inschrijven?

Respondent 1: Dit zou me wel een beeld geven van een strenge en serieuze school, maar dat vind ik wel goed. Streng hoeft ook niet perse slecht te zijn. Je weet dan ook zeker dat het een serieuze keuze is en dat je er ook echt voor moet gaan. Ik denk dat die informatie wel de juiste mensen zou trekken die ook bereid zijn om inzet te tonen en niet dat je alleen een opleiding voor de lol doet. Ik vind het juist beter als je bijvoorbeeld een toelatingstoets zou moeten maken om een bepaalde opleiding te volgen. Dan kan ook niet meteen iedereen die opleiding volgen en zit je ook wel met serieuzere mensen in de klas lijkt mij. Ik denk ook dat je dan zelf bewuster bent van de keuze die je hebt gemaakt en wat je bij die keuze kan verwachten.

Interviewer: Hoe kunnen ze dit communiceren naar jou?

Respondent 1: Ik denk dat dit wel belangrijk is. Je wil natuurlijk weten waar je aan toe bent. [weifelend] Ik denk dat ze dat bij de beroepenmarkt wel moeten zeggen als ze studenten spreken en sowieso op de open dag. Nou ja, eigenlijk overal moet het wel een beetje staan.

Interviewer: Wat vind jij belangrijk om te weten van een hogeschool voordat je een bewuste keuze kan maken?

Respondent 1: Ik wil een duidelijk beeld met alles wat ik kan verwachten binnen een opleiding, toekomstperspectief, hoeveel uitvallers binnen de studie.

Interviewer: Vind je dat Hogeschool Leiden jou daar voldoende informatie over heeft gegeven?

Respondent 1: Tijdens de open dag viel het mij wel op dat ze een paar keer zeiden dat ze het belangrijk vinden dat je een goede keuze maakt en niet alleen kiest omdat een school er leuk uitziet of iets dergelijks. Ze wilden liever dat je iets kiest dat bij je past en dan je diploma haalt dan dat je zomaar iets kiest en dan in het eerste jaar afvalt. Dat is tijdverspilling voor jou en voor de hogeschool. Dat vond ik echt onwijs goed dat ze dat zeiden. Dat bleef mij wel echt bij. Dat zie je niet echt bij andere hogescholen. Die waren meer bezig met mensen binnenhalen dan Hogeschool Leiden door dingen te zeggen die leuk waren aan de opleiding maar waar je niet echt iets aan hebt. Ik vind dus wel dat Hogeschool Leiden mij de informatie gaf die ik nodig had en ik voelde wel dat ze daar eerlijk in waren.

Interviewer: Wat zou je ervan vinden als Hogeschool Leiden alleen maar positieve informatie over de hogeschool aan jou vertelt, en de wat mindere kanten achterwege laat?

Respondent 1: [weifelend] Ik weet het niet. Je wilt wel weten wat goed is natuurlijk en ik denk dat ze daarin wel eerlijk zijn. Ik voelde niet dat ze het mooier maakten dan dat het echt is. Maar minpunten heb ik niet echt gehoord nee. Misschien dat het wel zwaar is? Ik weet het niet meer. Maar ik zou ze wel heel eerlijk vinden als ze dat ook duidelijk zouden zeggen. Dat is wel goed ja.

Interviewer: Hoe zou je die minpunten naar voren gebracht willen zien?

Respondent 2: Ze hoeven van mij daar niet heel veel aandacht aan te besteden hoor. Als je het aan ze vraagt is het goed als ze het zeggen maar dat vind ik wel genoeg denk ik.

Interviewer: Zou je tijdens een voorlichtingsmarkt meer voorlichting willen hebben over de praktische informatie van de hogeschool, zodat je zelf op zoek kan naar de informatie over de opleidingen of andersom?

Respondent 1: Ik zou het fijn vinden als ze meteen over de opleidingen zelf zouden praten. Daar ben je toch meer naar op zoek. Je gaat toch uiteindelijk zelf wel langs bij de hogescholen op de open dagen om een beeld te krijgen van de hogeschool zelf en de praktische informatie daarvan te vinden. Bij een beroepenmarkt kom ik zelf wel meer echt voor de opleidingen. En als algemene dingen van een hogeschool je aanspreken bij zo'n markt dan ga je eerder naar de open dag van die hogeschool. Algemene dingen zoals waar het ligt, bereikbaarheid, hoeveel ruimte en begeleiding enzovoort.

Interviewer: Welk beeld laten de communicatiemiddelen van Hogeschool Leiden bij jou achter?

Respondent 1: Ik vind dat Hogeschool Leiden heel erg duidelijk is in de communicatiemiddelen die zij geeft. De brochures et cetera hebben meteen de informatie die ik zoek; hoe elk jaar van de studie is opgebouwd en wat je kan verwachten. Je krijgt dat meteen duidelijk en allemaal overzichtelijk te zien. Kort maar krachtig. Alle essentiële informatie waar ik naar op zoek was over studiepunten en propedeuse.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben, naast alles wat Hogeschool Leiden al doet, aan voorlichting om een bewuste keuze te maken?

Respondent 1: Ik denk, als dat mogelijk is, studenten van de hogescholen naar de middelbare scholen sturen voor klassikale voorlichtingen over hun algemene ervaringen op het hbo. Dit kan verschillende opleidingen en hogescholen gemengd zijn. Maar zo heb je wel een beeld wat een student ervaart tijdens het hbo zodat jij je beter voor kan bereiden. En ook hoe die studenten zich hebben georiënteerd, dat vraag ik mij namelijk ook altijd af. Soms weet je toch niet echt waar je het allemaal moet zoeken en als je weet hoe zij het gedaan hebben kan je daar wat van leren om misschien op andere plekken te kijken om een keuze te maken. Dus meer antwoord op de vragen: "hoe moet je je oriënteren" en "hoe vroeg moet je beginnen met oriënteren". [Dat laatste] vooral omdat je voor sommige opleidingen wel snel moet zijn voor het inschrijven en als je daar te laat achter komt dan kan je die opleiding al niet meer kiezen. Ik zou meer informatie over het proces vóór het inschrijven.

Interviewer: En wat voor punten van een hogeschool zijn belangrijk voor jouw keuze voor een hogeschool, buiten de opleidingen?

Respondent 1: Vooral sfeer. En hoeveel begeleiding docenten je geven en je niet aan je lot over laten bijvoorbeeld.

Interviewer: Denk je dat je zou kiezen voor Hogeschool Leiden?

Respondent 1: [weifelend] Weet ik nog niet. Het zou kunnen. Ik moet eerst proefstuderen.

Interviewer: Tot slot, heb je nog iets dat je kwijt wil over Hogeschool Leiden of het maken van een keuze?

Respondent 1: Nee hoor. Dat was het wel [lacht].

Respondent 2

Montaigne Lyceum Den Haag

15 jaar oud, 4 havo, man, interesse in Biologie en Medisch Laboratoriumonderzoek

Interview 3,5 week na voorlichting

Bezocht: beroepenmarkt

[Intro]

Interviewer: Waar was je naar op zoek op de beroepenmarkt?

Respondent 2: Vooral naar opleidingen, niet perse naar een specifieke hogeschool. Ik zocht iets waar ze medische opleidingen hadden en dit [Biologie en Medisch Laboratoriumonderzoek] sprak mij wel aan.

Interviewer: En wat waren de indrukken die je kreeg van Hogeschool Leiden?

Respondent 2: Dat ze een brede keuze hadden voor opleidingen. Ze hadden veel informatieboekjes en studenten daar staan. Helaas waren de informatieboekjes voor de opleiding die ik leuk vond op, maar ik kon iets invullen en dan zouden ze het naar mij opsturen. Dat vond ik erg fijn dat ze die extra service aanboden. Dit gaf mij wel een indruk van een professionele school.

Interviewer: Zag je verschillen met andere hogescholen die aanwezig waren?

Respondent 2: Dat weet ik niet echt meer. Ik denk dat ze allemaal wel een beetje hetzelfde waren.

Interviewer: Wat vond je van het uiterlijk van de stand van Hogeschool Leiden? Paste dit bij het beeld dat je van de hogeschool hebt?

Respondent 2: Ik vond het wel duidelijk. Ze hadden en tafel en boekjes. Misschien wel een beetje weinig in vergelijking met andere hogescholen die er stonden. Die hadden echt allemaal banners en posters en boeken van de opleidingen en Hogeschool Leiden had niet zoveel. Dat gaf mij eigenlijk wel een beeld van de school dat ze er niet zoveel moeite in steken. Ik vond het aan de andere kant wel fijn van de studenten bij de stand erg open waren en je meteen kwamen helpen. Ze vroegen ook meteen aan mij waar ik naar op zoek was.

Interviewer: Hoe zou je de uitstraling van de hogeschool omschrijven op basis van wat je gezien hebt?

Respondent 2: Dat weet ik niet. [weifelend] Ik vond ze vriendelijk en behulpzaam.

Interviewer: Welke informatie is je bijgebleven van wat ze aan je vertelden?

Respondent 2: Welke studies ik kon doen en een beetje wat voor vakken je daarbij had. Dat je veel in het lab moet werken. Verder weet ik het niet zo heel goed meer. Maar dat is wel blijven hangen. Je moet namelijk heel veel in het lab werken en dat vond ik heel leuk.

Interviewer: Hoe zou jij het ervaren als een hogeschool zou communiceren over hoeveel uitvallers een studie heeft in het eerste jaar?

Respondent 2: Ik denk dat ik dan harder zou moeten werken om naar zo'n hogeschool toe te gaan. Dat geeft mij een goed beeld over hoe zwaar een opleiding is. Dan kan ik ook goed nadenken over of ik het wel aankan. Als een hogeschool dat zou communiceren zou dat mij wel een professionele en serieuze indruk geven.

Interviewer: En hoe zouden ze dit het beste met jou kunnen communiceren denk je?

Respondent 2: Op de beroepenmarkt. En als ik naar de open dag zou gaan. Meer denk ik niet.

Interviewer: En als je informatie zou ontvangen over wat een hogeschool van jou voor inzet terugverwacht op het moment dat jij je inschrijft voor een opleiding?

Respondent 2: Dat zou mij ook erg helpen met een beeld creëren. Bijvoorbeeld als je een toelatingstoets moet doen voor een opleiding dan kan je alvast laten zien wat je kan en dan kom je er voor jezelf ook achter wat je allemaal kan. Zo ziet de hogeschool ook dat jij gemotiveerd bent en wat je allemaal al weet voordat je de opleiding gaat volgen. Ik denk dat dat beide kanten erg zou helpen. Het zou mijn beeld van de hogeschool wel veranderen; [de hogeschool is] strenger maar ook beter.

Interviewer: Waar zou je die informatie willen zien of horen?

Respondent 2: Nou als ik een toelatingstoets moet doen moet dat wel op de website staan en in de boekjes. Het zou ook wel handig zijn als ze dat zeggen bij de beroepenmarkt en op de open dag natuurlijk. Misschien als ze een presentatie geven of zo. Maar ik wil het in ieder geval ergens kunnen lezen dat ik er ook nog even rustig over kan nadenken wat ze precies verwachten van me.

Interviewer: Wat vind jij belangrijk om te ontvangen aan informatie van een hogeschool zodat jij een bewuste keuze zou kunnen maken?

Respondent 2: Ik wil weten wat ik met de opleidingen kan worden en hoe mijn toekomst eruit zou komen te zien. En hoe de hogeschool jou helpt als je ergens moeite mee hebt.

Interviewer: En hoe wil je die informatie ontvangen?

Respondent 2: Nou dat moet wel algemeen bekend zijn vind ik. Dus daar moeten ze overal wel aandacht aan besteden.

Interviewer: Zou je tijdens een voorlichtingsmarkt meer voorlichting willen hebben over de praktische informatie van de hogeschool, zodat je zelf op zoek kan naar de informatie over de opleidingen of andersom?

Respondent 2: De opleidingen zelf vind ik meer belangrijk. Ik kijk dan later zelf wel welke hogeschool ik interessant vind.

Interviewer: Hoe zou het jou beeld beïnvloeden van een hogeschool als je alleen maar positieve en 'leuke' informatie krijgt van een hogeschool in plaats van bijvoorbeeld zwaardere of 'minder leuke' informatie aan een hogeschool?

Respondent 2: Ik wil zowel positieve als negatieve punten horen. Ik wil er niet later pas achter komen, als ik al op de hogeschool zit, dat er allemaal dingen zijn die ze mij niet eerst verteld hebben. Dus ze moeten wel eerlijk zijn in wat ze aan mij vertellen als ik hun bezoek.

Interviewer: Hoe zouden ze dit jou het beste kunnen brengen volgens jou?

Respondent 2: Ze moeten vertellen over beide kanten. Dus vertellen wat de sfeer is in de school maar ook dat het moeilijk kan zijn. En dat je als je hard werkt het wel kan halen.

Interviewer: Heb je wel een realistisch beeld gekregen denk je?

Respondent 2: Ja. Ik zou niet weten waarom niet. Ze hebben niks leuker gemaakt dan dat het is heb ik het idee gekregen. Dat is wel goed.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat voor beeld van Hogeschool Leiden krijg je hierbij?

Respondent 2: Ik vind het fijn dat ze laten zien of het bij je past. Zo kun je dan zelf goed die afweging maken. Ook vind ik het heel goed dat ze laten zien wat je ermee kan worden. Ze kunnen hier nog wel meer aandacht aan besteden door echt te laten zien hoe die beroepen eruit zien en hier een beeld van geven.

Interviewer: [laat website zien] En wat voor beeld krijg je bij de website?

Respondent 2: Die is ook heel goed. Alles staat er denk ik wel en het staat er duidelijk. Ze geven je veel informatie. Alleen ja, ik denk misschien wel meer over de beroepen net als bij de boekjes.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben om een bewuste keuze te maken, buiten de middelen die er nu bestaan om jou voor te lichten?

Respondent 2: Misschien zelf meer naar middelbare scholen komen en vertellen wat je allemaal kan doen en verwachten. Zodat wij ook meer met hun in gesprek kunnen gaan. Ook zou ik in informatieboekjes meer resultaten willen zien van hoe goed de hogeschool scoort met kwaliteit en baankansen en tevredenheid en dergelijken. Dat je dat meteen in het informatieboekje zelf kan zien en niet daarnaar op zoek moet gaan.

Interviewer: Hoe zou je Hogeschool Leiden omschrijven aan de hand van wat je tot nu toe allemaal gezien hebt van de hogeschool?

Respondent 2: Een goede hogeschool die je veel opties en mogelijkheden biedt. Dat als ik naar deze hogeschool zou gaan dat het wel moeilijk is en dat ik hard moet werken maar dat ik daarmee wel een goede toekomst kan hebben.

Interviewer: En denk je dat je voor Hogeschool Leiden zou kiezen?

Respondent 2: Ik hoef nu nog geen keuze te maken dus dat kan ik nog niet zeggen. Ik wil eerst zeker weten welke opleiding ik wil gaan doen.

Interviewer: Tot slot, heb je nog een opmerking of idee voor Hogeschool Leiden zodat jij volgend jaar een bewuste keuze kan maken?

Respondent 2: Dat vind ik een moeilijke vraag. Ik zou het wel fijn vinden als ik volgend jaar in gesprek kan gaan met studenten. Dat lijkt me wel een goed idee. Dan kan ik mijn vragen stellen en ook zien hoe hun leven is.

Respondent 3

Montaigne Lyceum Den Haag

18 jaar oud, 5 havo, man, interesse in Sociaal Juridische Dienstverlening

Interview 3,5 week na voorlichting

Bezoekt: beroepenmarkt

[intro]

Interviewer: Weet je nog waarom je bij de beroepenmarkt bij Hogeschool Leiden bent langs geweest?

Respondent 3: Ik wilde vooral kijken wat er allemaal is en welke scholen de opleidingen hebben die ik wil doen. Ik heb op internet gekeken naar welke hogescholen Sociaal Juridische Dienstverlening aanbieden en op basis daarvan ben ik langs die scholen geweest op de beroepenmarkt.

Interviewer: Hoe zou je het beeld omschrijven dat je van Hogeschool Leiden gekregen hebt?

Respondent 3: Op zich wel goed ja. Ik vind het wel een professionele, goede school met veel aandacht voor de student. Ze waren heel behulpzaam op de beroepenmarkt en konden me wel het een en ander vertellen. Als ik meer wilde weten, verwezen ze me naar de website of naar de open dag. Ik snap wel dat je niet alles kan weten natuurlijk en volgens mij wilde ze mij ook niet de verkeerde informatie geven als ze dingen niet 100% wisten. Ja, door dat vind ik wel dat ze je serieus willen helpen.

Interviewer: Wat vond je dat de hogeschool uitstraalde?

Respondent 3: Ja, hetzelfde. Professioneel, open, vriendelijk.

Interviewer: Zag je verschillen met andere aanwezige hogescholen?

Respondent 3: Ik had wel het idee dat andere hogescholen je wat meer over probeerde te halen. Ik weet nog dat een hogeschool, ik weet niet precies meer welke, met leuke verhalen over studiereizen en studieverenigingen en zo. Daar kwam ik niet voor, dat soort dingen merk ik later wel. Ze gaven me wel antwoord op mijn vragen, maar lieten vooral ook zien wat er allemaal nog meer te doen is.

Interviewer: Kan je mij vertellen welke informatie is bijgebleven van wat ze je vertelden?

Respondent 3: [weifelend] Ze vertelde me vooral wat ze deden in lessen en welke kanten ik met de studie op kan. Dat vroeg ik ook vooral. Ja, ze gaven vooral antwoord op mijn vragen.

Interviewer: Heb je het idee dat je een realistisch beeld hebt gekregen?

Respondent 3: Ik denk het wel. Ik hoop het wel [lacht]. Je weet het natuurlijk pas echt als je begint, maar ik denk niet echt dat ze informatie achter gehouden hebben.

Interviewer: Waar ben je naar op zoek om een bewuste keuze te maken voor een opleiding?

Respondent 3: Ik wil vooral weten bij opleidingen hoeveel werkgelegenheid op dat gebied is. Dat ik niet na mijn opleiding meteen stilzit en een paar jaar aan het zoeken ben naar een baan omdat de kans op een baan heel minimaal is. Ook vind ik salaris erg belangrijk dus daar kijk ik

ook wel naar. Ik verwacht ook wel dat een hogeschool mij daar wel meteen de goede informatie over geeft en dit in een overzicht of iets dergelijks heeft op de website en in de boekjes.

Interviewer: En wat vind je dan belangrijk dat een hogeschool heeft?

Respondent 3: [weifelend] Goede docenten die wel de nodige ervaring hebben om jou daar iets over te vertellen. Ik weet niet of je dat tijdens zo'n voorlichting kan bewijzen maar misschien kunnen ze voorbeelden geven van de beroepen die de docenten hebben gehad voordat ze docent bij die opleiding zijn geworden. Dan heb je wel een beeld ook meteen welke kanten je op zou kunnen. Goede lessen horen daar natuurlijk ook bij, dus ik wil wel weten wat het vakkenpakket is dat zij je aanbieden en hoe je daar aan de slag gaat. Verder zou ik niet weten wat een hogeschool mij zou kunnen bieden. Oh, stages en hoe ze je daarbij helpen ook met het zoeken naar een stage vind ik wel belangrijk.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld van een hogeschool beïnvloeden als zij jou informatie zouden geven over de uitvallers van de opleidingen en wat de redenen daarvan zijn?

Respondent 3: Oh, die informatie zou ik erg fijn vinden om te ontvangen. Als het bijvoorbeeld zou zijn omdat het een lastige opleiding is; sommige mensen zouden zich dan aangesproken voelen om zo'n uitdaging aan te gaan. Ook relateer ik het wel aan dat er dan waarschijnlijk veel werkgelegenheid is omdat niet veel studenten de opleiding afmaken. Het zou mij niet afschrikken als ik dat zou horen, het zou anderen juist behoeden om er bijvoorbeeld niet te kiezen voor de opleiding omdat ze niet bereid zijn de moeite te steken in een opleiding die wat lastiger gevonden wordt. Ik denk dat dit wel bij zou dragen bij het beeld van de kwaliteit van de hogeschool; dat ze waarde hechten aan kwaliteit. Als ze zeggen dat ze dat belangrijk vinden dan moeten ze je ook wel laten zien hoe ze die kwaliteit waarborgen door bijvoorbeeld informatie over opbouw van lessen en hoe vakbekwaam de docenten zijn die deze lessen geven en de moeilijkheidsgraad van de opleiding.

Interviewer: Wat voor beeld zou het je geven van een hogeschool als deze jou daar geen informatie zou geven?

Respondent 3: Dat zou ik wel jammer vinden. Ik vind dat een hogeschool jou daar wel voor moet behoeden en je die informatie moet geven zodat je echt weet waar je aan toe bent. Ik vind het wel echt belangrijk dat ze daarin cijfers laten zien. Niet perse alleen hoeveel mensen er afvallen maar ook cijfers van hoeveel studenten uit de opleiding welke kanten opgaan in hun toekomst.

Interviewer: Hoe zou je deze informatie willen ontvangen?

Respondent 3: Ik vind het belangrijk als dit in de informatieboekjes te vinden is en ook meer wordt toegelicht in presentaties die de hogeschool geeft.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld van de hogeschool vormen als ze duidelijk waren in wat zij van jou verwachten op het moment dat jij je inschrijft?

Respondent 3: Ik ben zelf niet van het maken van toetsen voordat je ingeschreven kan worden. Ik vind als ik zelf de bewuste keuze gemaakt heb om voor die opleiding te kiezen dan mag de hogeschool ervan uitgaan dat ik mijzelf bekwaam genoeg vind om deel te nemen aan de opleiding.

Interviewer: Moeten ze die bekwaamheid niet testen volgens jou? Voor scholieren die misschien niet zo bewust die keuze hebben gemaakt als jij?

Respondent 3: Kijk, dat snap ik op zich wel. Misschien dat je op de een of andere manier moet laten zien hoe hij je georiënteerd hebt en hoe jij tot die keuze bent gekomen dat ze daarin kunnen zien dat jij er wel bewust mee bezig bent geweest. Maar het maken van een toets geloof ik niet echt in. Je bent er nog niet mee begonnen [met de opleiding] dus wie zegt dat jij die toets zo goed mogelijk kan maken. Daar mag je niet op afgerekend worden vind ik.

Interviewer: En hoe zou je die informatie willen ontvangen?

Respondent 3: Ik vind dat ze je daarover moeten informeren als je informatie zoekt over de opleiding, dus op de website en in boekjes.

Interviewer: Hoe zou het jou beeld beïnvloeden van een hogeschool als je alleen maar positieve en 'leuke' informatie krijgt van een hogeschool in plaats van bijvoorbeeld of 'minder leuke' informatie aan een hogeschool?

Respondent 3: Ik zou dan wel even nog een paar keer nadenken voordat ik mij echt inschrijf voor die hogeschool. Je weet namelijk niet of je dan realistische informatie hebt gekregen, dus je zou dan zelf nog op zoek moeten gaan naar informatie of ervaringen van studenten om te kijken wat je nou echt kan verwachten in plaats van alleen de leuke voordelen van die hogeschool. Ik zou dat namelijk best wel frappant vinden en niet perse gelijk geloven als ze alleen maar vrolijk doen over hoe gezellig het daar allemaal is. Je hoopt natuurlijk dat de informatie die je krijgt ook echt waar is en dan ze je ook behoeden voor misschien wel wat negatieve kanten van de opleiding of zelfs van de hogeschool. Ik zou het niet eerlijk vinden als je daar pas achter zou komen op het moment dat je zelf al echt op de hogeschool zit. Ik zou dan denken dat ze me alleen zouden aantrekken voor het geld en niet echt gefocust zijn op wat voor mij belangrijk is. Een hogeschool die dat wel zou doen zou ik meer waarderen en wel beschrijven als een betrouwbare school.

Interviewer: Hoe zou een hogeschool dit het beste kunnen communiceren volgens jou?

Respondent 3: Op zo'n markt die we vorige keer hadden vind ik het wel goed als ze dat een beetje benoemen door aan te geven wat daarbij de ervaring is geweest. Ik verwacht ook wel dat ze dat met je bespreken op de open dag. Ik denk wel dat het beter is als je die informatie in persoon hoort, want dan kunnen ze er ook meteen meer uitleg over geven wat dan precies minder is en hoe dat kan. Dan kan je meteen ook persoonlijke ervaringen erbij krijgen denk ik. Het is lastig om daar een beeld bij te vormen als je het alleen leest.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Welk beeld van de hogeschool krijg je hierbij?

Respondent 3: Ik vind dit wel een volledig boekje; ze beschrijven elk jaar en de banen die je ermee kan doen. Dit geeft me wel een duidelijk beeld. Ik vind dit wel professioneel. Goed georganiseerd. Ze hechten waarde aan wat ik belangrijk zou vinden in mijn keuze voor een opleiding. Het boekje is ook mooi vormgegeven; rustig, de kleuren geven een betrouwbaar gevoel dat groen en blauw. De vormgeving laat mij denken dat ze goed georganiseerd zijn in hun communicatie en de student wel echt belangrijk vinden.

Interviewer: [laat website zien] En wat voor beeld krijg je hierbij van de hogeschool?

Respondent 3: Dit is net zo volledig als het boekje denk ik. Misschien zelfs meer, dat kan denk ik ook wel op een website. Ja. Wel professioneel dat ze alles zo overzichtelijk neerzetten in plaats van dat je echt zou moeten zoeken.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben om een bewuste keuze te maken voor een hogeschool?

Respondent 3: Dat je, als je moeite hebt met het maken van een keuze, naar je decaan [op de middelbare school] kan gaan en dat de hogescholen dan speciaal voor die leerlingen langskomen of je een bepaald pakket aan informatie geven waarin je een soort stappenplan hebt om erachter te komen wat bij je past. Ik denk niet dat ze dat perse voor iedereen hoeven te doen want sommige leerlingen die weten al precies wat ze willen. Maar voor hen die er meer moeite mee hebben zou zo'n plan of route naar het kiezen van een opleiding wel echt helpen denk ik. Ik zou een hogeschool die zulke moeite steekt in zo'n keuzeprocess wel echt serieus nemen en er ook van verwachten dat ze zulke moeite dan ook in je steken als je daar eenmaal een student bent.

Interviewer: Zou je voor Hogeschool Leiden kiezen denk je?

Respondent 3: Ik twijfel nog tussen een paar scholen. Ik durf daar nog niet echt antwoord op te geven, want ik heb meer met de stad Rotterdam. Dus het zou goed kunnen dat ik daarvoor ga kiezen.

Interviewer: Heb je tot slot nog een toevoeging over Hogeschool Leiden of het maken van een bewuste keuze?

Respondent 3: Nee niet echt. Ik denk sowieso dat het maken van een keuze erg persoonsgebonden is. Ik weet niet of het teveel werk is om voor iedereen persoonlijk een plan te maken. Misschien dat middelbare scholen daarbij kunnen helpen.

Respondent 4

Montaigne Lyceum Den Haag
16 jaar oud, 5 havo, man, interesse in HBO Rechten
Interview 3,5 week na voorlichting
Bezocht: beroepenmarkt

[intro]

Interviewer: Was er een specifieke reden waarom je bij Hogeschool Leiden op de beroepenmarkt bent gaan kijken?

Respondent 4: Ik ging allereerst naar de Haagse Hogeschool omdat zij mijn interesse hadden doordat ik mensen ken die daar op school zitten. Toen wilde ik eigenlijk nog meer hogescholen zien en wat zij mij te bieden hadden en ben ik langs Hogeschool Leiden gelopen. Niet perse met een specifieke reden.

Interviewer: Wat was de indruk die je kreeg van Hogeschool Leiden?

Respondent 4: Ik had niet perse een speciale indruk gekregen. Ik vind hogescholen op een beroepenmarkt er sowieso niet meteen heel speciaal of opvallend uitzien. [weifelend] Als ik Hogeschool Leiden zou moeten omschrijven gebaseerd op wat ik gezien heb die dag, zou ik het omschrijven als netjes en keurig om het maar zo te zeggen. Dat is een beetje het idee wat ik ervan kreeg.

Interviewer: Wat bedoel je met 'netjes en keurig'?

Respondent 4: Nou vooral dat het een van de serieuze scholen was die op de beroepenmarkt aanwezig waren. Dat bedoel ik niet negatief trouwens. Ik vind ook dat een school jou serieus moet nemen als je daar wil gaan studeren.

Interviewer: Waaraan zag je dat ze 'serieuzer' waren dan andere hogescholen?

Respondent 4: Ik denk de manier hoe de studenten met je in gesprek gingen. Het was erg serieus. Het ging meteen over wat je kon verwachten en hoe alles opgebouwd is. Ik kreeg er een serieus gevoel bij. Anders dan de scholen die me vooral vertelden over hoe leuk het daar is en wat je allemaal in de stad kan doen en op kamers gaan en dergelijken. Ook wel belangrijk als je dat interessant vindt, maar je komt natuurlijk voor de studie en hoe een hogeschool dat aanpakt.

Interviewer: Wat is je bijgebleven aan de informatie die zij jou gaven?

Respondent 4: Ze gaven vooral informatie over de studies waar ik naar op zoek was. Ik was namelijk geïnteresseerd in de studie Rechten en wat economische studies. Daarover vertelden ze me vooral wat de studie inhoudt. Het is wel al een tijdje geleden dus precieze details weet ik niet goed meer. Ik weet wel dat ze op al mijn vragen antwoord konden geven. Dat vond ik fijn. Draagt bij aan het serieuze. Ze nemen je dus wel serieus en doen zo gezegd genoeg research om jou de juiste informatie geven. Dat was in ieder geval bij mij zo.

Interviewer: Waren er ook studenten aanwezig die specifiek de opleiding volgden die jij interessant vond zodat zij ook al je vragen konden beantwoorden?

Respondent 4: Nee dat niet. Ze waren wel van dezelfde faculteit volgens mij maar welke opleiding precies weet ik niet meer. Het viel mij in ieder geval wel op dat ze hun best deden mij zoveel mogelijk informatie te geven en dat, als ze iets niet wisten, ze de informatie erbij haalden of het aan iemand anders vroegen die bijvoorbeeld iemand kende die wel die opleiding op Hogeschool Leiden volgt. Dat oogde toch wel professioneel en goed voorbereid. Zolang ik maar de informatie krijg die ik nodig heb voor een studie die ik wil volgen, ongeacht of er iemand aanwezig is die deze studie doet of niet.

Interviewer: Welke informatie vind jij belangrijk om te krijgen?

Respondent 4: Wat de studie inhoudt en wat de studie op die school speciaal maakt. Wat hebben zij wel en andere scholen niet. Bijvoorbeeld een ander vakkenpakket of een andere manier van onderwijs of andere soort docenten, ik noem maar wat. Maar ook de faciliteiten die ze hebben en bijvoorbeeld wat het netwerk van de hogeschool is. Kunnen ze jou in contact brengen met bedrijven of instanties die jij leuk vindt en hoe besteden ze daar aandacht aan om ook voor jou dat netwerk te creëren; dat vind ik ook belangrijk.

Interviewer: Wat voor beeld zou jij van een hogeschool krijgen als deze jou informeert over het aantal uitvallers en de reden hierachter?

Respondent 4: Ik vind dat wel goed, dat zou mij niet perse afschrikken hoewel dat bij andere mensen misschien wel zo zou zijn. Ik vind het goed als een school je hier informatie over geeft en ik vind dat je zo'n school wel serieus kan nemen en als eerlijk kan benoemen. Op zo'n manier helpt een school je ook met het goed kiezen van een studie als ze waarschuwen om welke redenen studenten afvallen. Dat waardeer ik wel. Dan kan ik ook bijvoorbeeld kijken naar het profiel van de mensen die afvallen, bijvoorbeeld dat ze geen affiniteit hadden met een bepaald onderwerp binnen de studie, en of ik dan wel de studie nog moet kiezen als ik ook onder zo'n profiel val.

Interviewer: En op welke manier zouden ze dit naar jou moeten communiceren?

Respondent 4: [weifelend] Ik denk dat het wel ergens op de website zou moeten staan. Ik zou het niet in informatieboekjes communiceren dat dat ook gelijk het eerste zou zijn wat je tegenkomt. Ik waardeer de waarheid wel, maar het kan er ook negatief uit zien als je er teveel aandacht aan besteed of als dat het eerste stuk aan informatie is die je tegenkomt.

Interviewer: Hoe zou dit eruit moeten komen te zien volgens jou?

Respondent 4: Ik denk dat het wel passend is bij een stukje waar ze al vergelijkingen geven of de opleiding wat voor jou is. Bij zo'n stuk past dan ook wel: "is de studie passend voor jou? Er zijn wel enkele uitvallers en dit is de reden waarom.". Zoiets zou ik doen denk ik. In percentages ook.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld vormen als een hogeschool communiceert over wat zij allemaal, ook voor de poort met studiekeuzetoetsen, van jou verwachten?

Respondent 4: Over dat voor de poort, ik vind dat zoiets meer moet liggen bij middelbare scholen dan bij de hogescholen. Zij zouden jou studiekeuzetests moeten geven en jou voorzien van informatie en testjes zodat je kan kiezen uit de eindeloze put van mogelijkheden die er bestaat. Een hogeschool moet daarin dan helpen de keuze te maken voor waarom zou je die opleiding hier doen, als je begrijpt wat ik bedoel. Als ik bijvoorbeeld die toetsen van de hogeschool zou krijgen terwijl ik op dat moment al een keuze had gemaakt voor de opleiding, dan zou mij dat meer tegenwerken omdat ik al die keuze heb gemaakt. Wel geeft het mij een serieus beeld bij een hogeschool die veel verteld over wat zij inderdaad allemaal van jou verwachten in plaats van andersom. Dat is realistisch en eerlijk. Dat moeten ze zeker wel vertellen. Of dat in de manier van testjes zou moeten, daar zou ik eerlijk gezegd niet op zitten te wachten. Ik denk dat je door die testjes twijfel zou krijgen die niet nodig zou zijn. Als je al bewust die keuze hebt gemaakt, moet een hogeschool daar vertrouwen in hebben. En het helpen bij het maken van die bewuste keuze ligt bij de middelbare school.

Interviewer: Hoe denk jij dat een hogeschool het beste kan communiceren wat zij van jou tijdens de studie verwachten?

Respondent 4: Ik denk dat je dat ook wel een beetje als leidraad moet gebruiken in al je communicatie over de opleiding. Dus overall moet dat stukje verwachting wel in terug te zien zijn. Dat ze bijvoorbeeld zeggen: "deze materie kan je van ons verwachten, maar hiervoor doe je wel dit en dit terug".

Interviewer: Zou je tijdens een voorlichtingsmarkt meer voorlichting willen hebben over de praktische informatie van de hogeschool, zodat je zelf op zoek kan naar de informatie over de opleidingen of andersom?

Respondent 4: Ik vind dat ze je informatie moeten geven over de opleidingen en waarom je die daar zou doen. Je bent daar [op de beroepenmarkt] om te zoeken naar opleidingen. Die keuze is wat moeilijker dan voor welke hogeschool je zou kiezen. Als je eenmaal de keuze hebt gemaakt voor een opleiding, dan pas ga je kijken naar de hogescholen en welke jou het meest aanspreekt en welke de meeste slagingspercentages heeft et cetera. Die slagingspercentages geven naar mijn idee ook een beeld van de kwaliteit van een hogeschool. Ik denk als je meer slagingspercentage hebt je het op de een of andere manier in je onderwijs wel goed doet.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je bij een hogeschool die jou alleen de positieve 'leuke' kanten meldt van de hogeschool en geen aandacht besteed aan de misschien wat negatievere kanten?

Respondent 4: Ik snap het wel dat een hogeschool dat zou doen, maar ik zou het wel waarderen als ze die negatieve kanten op de een of andere manier toelichten. Je hoeft jezelf niet naar beneden te halen, maar ik vind dat als je bij een scholier merkt dat het niet gaat passen of dat hij niet past bij de school, je dat ook eerlijk moet zeggen. Ik vind dat je dat ook een sterke hogeschool maakt als je zelf kan toegeven dat je in een bepaald gebied minder bent, maar dan laat zien op welke gebieden je dan sterker bent. Getuigt van eerlijkheid. De pro's en con's van de opleiding afbeelden in een presentatie, informatieboekje of de website.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat valt je hieraan op en wat voor beeld krijg je hierbij?

Respondent 4: Wat mij opvalt is dat het stuk over of het bij mij zou passen op een van de laatste pagina's staat en maar een klein stukje is. Mijn ervaring is dat je juist als eerste op zoek bent naar deze informatie, dus dit zou veel eerder aan bod moeten komen. Wel vind ik het goed dat ze veel informatie besteden aan de opbouw van de studie en wat je kan verwachten.

Interviewer: [laat website zien] Wat valt je op bij de website?

Respondent 4: Dit is weer precies dat nette en keurige wat ik verwacht had. Ik heb sites gezien van scholen die echt niet aanspreken en niet duidelijk zijn. Dit is dat wel. Ja, ik zou hier wel onder de indruk van zijn.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je bij het uiterlijk van de huisstijl en hoe past dit bij Hogeschool Leiden volgens jou?

Respondent 4: Ze maken veel gebruik van wit, blauw en groen. Dat past wel bij het professionele en keurige beeld dat ik van de hogeschool heb. Het is heel netjes en serieus. Niet chaotisch. Zo zie ik de school ook voor me. Dat matcht wel.

Interviewer: En het uiterlijk tijdens de beroepenmarkt?

Respondent 4: Ik vond dat ze daar wel weinig opvielen. Kijk, waar je naar op zoek bent is natuurlijk de informatieboekjes en dat de mensen die daar staan jou ook kunnen voorzien van informatie. In de vorm van aandacht trekken zie ik wel voor me dat een hogeschool een grote banner heeft dat je meteen weet dat ze daar staan. Ze hadden geen tierelantijntjes, om het maar zo te noemen, tegenover andere scholen die wel heel veel uit de kast trokken. Het geeft mij wel een beeld dat zij dan meer aandacht besteden aan je echt voorlichten dan je echt aantrekken om je binnen te halen. Zo'n stand moet wel de aura van de hogeschool uitstralen. Het moet wel uitstralen waar de hogeschool bekend om staat. Dat gevoel wil je terugzien.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben om een bewuste keuze te maken voor een opleiding en hogeschool?

Respondent 4: Ik zou niet zeggen dat ik meer nodig zou hebben, maar misschien dat de huidige dingen zouden moeten verbeteren. Ik deed bijvoorbeeld een studiekeuzetest waarin ik aangaf niks met biologie te hebben, maar daar kreeg ik dan als uitkomst wel opties van. De middelen die er zijn moeten goed nagekeken worden of ze wel echt werken en ze uiteindelijk verbeteren. En misschien uitbreiden naar hoe je uiteindelijk tussen twee keuzes een afweging zou kunnen maken. Er moet meer een focus komen op kijken wat je leuk vindt en het daaruit afbakenen, dan kijken naar alle mogelijkheden die er zijn en dan in die warpoel van opleidingen een keuze moet maken. Ik vind sowieso meer dat het uit middelbare scholen moet komen. Als hogescholen bijvoorbeeld hier [op de middelbare school] teveel langs zouden gaan, dan zou ik

geloven dat ze alleen maar wanhopig reclame maken. De middelbare school moet ons juist, misschien in samenwerking met al die hogescholen, meer helpen met de keuzes maken.

Interviewer: Welke informatie zou de hogeschool jou hierin kunnen bieden?

Respondent 4: Ik zou de inhoud van de studie het belangrijkste vinden. Tuurlijk is de baangarantie na de opleiding ook belangrijk, maar eerst gaat het erom dat je de studie overleeft en dat je het ook echt wel leuk of interessant gaat vinden. Ik wil precies weten wat ik ga doen.

Interviewer: Wat is voor jou een speerpunt van Hogeschool Leiden waardoor je erover na zou denken om hier te gaan studeren?

Respondent 4: Door de afstand twijfel ik een beetje, omdat het voor mij nog best lastig te bereiken is. Maar ik heb gezien dat de opleiding HBO Rechten een goede reputatie heeft op Hogeschool Leiden. Dus als het niet aan de afstand zou liggen zou ik op basis hiervan wel kiezen voor deze hogeschool. En die reputatie lag ook vooral aan het soort onderwijs dat zij gaven en het slagingspercentage. Dat geeft mij wel een beeld van Hogeschool Leiden dat ze een kwaliteitsvolle hogeschool zijn.

Interviewer: Heb je ook het idee dat het beeld dat je hebt van Hogeschool Leiden een realistisch beeld is?

Respondent 4: [lacht] Dat weet ik niet. Maar ze hebben mij niet een reden gegeven ze niet te vertrouwen laat ik het zo zeggen.

Interviewer: Is er nog iets dat je graag wil toevoegen aan dit gesprek?

Respondent 4: Ik vind het eigenlijk ook wel iets zeggen dat er iemand nu van Hogeschool Leiden is die ons komt interviewen over wat wij nodig hebben. Dat getuigt ook wel van dat ze je serieus nemen.

Respondent 5

Montaigne Lyceum Den Haag

16 jaar oud, 5 havo, vrouw, interesse in Commerciële Economie

Interview 3,5 weken na voorlichting

Bezocht: beroepenmarkt en open dag

[Intro]

Interviewer: Weet je nog waarom je bij Hogeschool Leiden bent gaan kijken?

Respondent 5: Een vriendinnetje van mij wilde kijken bij Hogeschool Leiden omdat ze er goede dingen over had gehoord dat het een leuke school was. Toen was ik met haar meegegaan.

Interviewer: Wat was je indruk van Hogeschool Leiden naar aanleiding van wat je tot nu toe allemaal gezien hebt?

Respondent 5: Ik ben met haar bij de beroepenmarkt geweest maar ook bij een open dag een tijd geleden. Ik vond bij de open dag dat het een best grote school was en ik vond alles lastig te vinden. Beetje hetzelfde als bij andere hogescholen. Ik vond het intimiderend.

Interviewer: Wat is je bijgebleven aan de informatie die ze aan jou vertelden?

Respondent 5: Ik was op zoek naar informatie over Commerciële Economie. Ze vertelden mij welke kanten ik met de studie op kan en hoe elk jaar van de opleiding eruit ziet; wat je ging doen en de projecten.

Interviewer: En wat vertelden ze je over de hogeschool zelf?

Respondent 5: Het ging dan vooral over dat Leiden een studentenstad is. Dat is het enige dat mij nog is bijgebleven daarover.

Interviewer: Merk je wel een verschil met andere hogescholen?

Respondent 5: Ik ben ook naar de Haagse Hogeschool geweest. Ik vond Hogeschool Leiden wel rommeliger vergeleken met Den Haag. Door dat rommelige beeld dat ik had gekregen wist ik niet meer zeker of ik wel naar Hogeschool Leiden wilde gaan.

Interviewer: Wat vond je rommelig?

Respondent 5: Alles stond bij de Haagse Hogeschool heel duidelijk aangegeven en in Leiden moest ik echt een paar keer op zoek gaan naar mensen die precies wisten wat ik zocht. Daar knapte ik een beetje op af. Ik had wel verwacht dat het wat serieuzer zou zijn of iets dergelijks.

Interviewer: En wat was het eerste beeld dat je van Hogeschool Leiden had voordat je zag dat het rommelig was?

Respondent 5: Dat ze wel serieus zijn maar ook een gezellige sfeer heeft. Dat ze wel veel doen met studenten; uitjes en andere activiteiten. Ze zeiden tijdens de presentaties wel dat het niet alleen leuk was, maar dat je ook als student serieus moest zijn. Dat als je naschoolse activiteiten belangrijker zou vinden, dat je de opleiding niet zou halen. Dat moest ik wel in gedachten houden zeiden ze. Dat vond ik dan wel weer goed. Ze waren heel eerlijk. Ik hoopte ook wel dat een hogeschool wat serieuzer zou zijn en dat hebben ze wel bevestigd.

Interviewer: Wat vond je van de uitstraling van de lay-out van de hogeschool?

Respondent 5: Het moet niet te saai zijn, dat was het ook niet maar ik vind het wel belangrijk dat ze ook wel een beetje de sfeer erbij betrekken. Die gezellige sfeer merkte je wel. Ook vind ik wel dat je een realistisch beeld moet hebben van de hogeschool hoe het er allemaal echt aan toegaat. Dan weet je ook hoe jij daar tussen zou zitten.

Interviewer: Vond je dat je dat beeld wel gekregen hebt tijdens je bezoek?

Respondent 5: Nee, eigenlijk niet. Wel dat ze serieus waren, maar ik miste een beetje de informatie over studiebegeleiding. Het ging meer over wat je ging doen en niet perse hoe ze je daarmee zouden helpen als je het lastig zou vinden.

Interviewer: Wat voor beeld kreeg je bij het contact met de mensen van Hogeschool Leiden?

Respondent 5: Als ik heel eerlijk ben: ik praat liever niet echt met de mensen die daar rondlopen of voor de stand staan. Ik heb altijd het idee dat ze precies weten wat ze moeten zeggen zodat ze de school niet in een negatief daglicht zetten. Dus ik geloof niet perse wat ze tegen mij zeggen. Ik zoek dan liever naar de informatie in boekjes of in presentaties. Je weet wel dat ze je de waarheid vertellen, maar ze vertellen je naar mijn idee alleen de goede dingen. Soms wil je juist weten wat minpunten van de school zijn maar ik denk niet dat ze je zoiets ooit zullen vertellen. Ik zou je als hogeschool dan juist wel eerlijk vinden en serieuzer nemen als je dat wel durft te vertellen. Zo kan je wel een bewuste keuze maken en het vergelijken met andere hogescholen. Dan weet je waar je op moet letten.

Interviewer: Hoe zou een hogeschool deze minpunten aan je kunnen vertellen volgens jou?

Respondent 5: Ze kunnen je een lijstje geven over waar mensen moeite mee hebben. Dan zouden ze ook bijvoorbeeld kunnen zeggen hoe ze je daarin helpen. Dan zou je echt laten zien dat je een goede hogeschool bent.

Interviewer: Kan je wel zeggen dat je een realistisch beeld hebt van de hogeschool?

Respondent 5: Dat vind ik moeilijk om te zeggen. Ik heb natuurlijk niet echt met iemand gesproken en je kan niet echt persoonlijke ervaringen krijgen in boekjes. Of wel? Misschien kunnen ze dat ook meer doen. Maar ja, je weet het eigenlijk nooit.

Interviewer: Hoe zou het jou beeld vormen als een hogeschool zou communiceren over het aantal uitvallers in opleidingen en de redenen hiervan?

Respondent 5: Dat zou ik juist fijn vinden om te horen. Ik zou je dan ook betrouwbaarder vinden als hogeschool. Dat je echt wordt behoed om een goede keuze te maken en dat de school dat ook belangrijk vindt dat je dat met alle beschikbare informatie doet. Dan kan je voor jezelf ook nadenken of je de motivatie hebt om het te doen.

Interviewer: Hoe zou je hiervan op de hoogte gebracht willen worden?

Respondent 5: Ik denk dat op de website wel voldoende is.

Interviewer: Welk beeld krijg je bij een hogeschool die wederkerigheid heel belangrijk vindt; dus wat zij ook van jou terug verwachten als je daar studeert?

Respondent 5: Dat ze de moeite die ze in jou steken ook wel terug verwachten en dat je dan ook echt je best moet doen op de hogeschool. Een hogeschool die niet zomaar mensen opleidt maar vooral ook veel aandacht besteed aan kwaliteit.

Interviewer: Hoe zouden ze dit naar jou moeten communiceren?

Respondent 5: Ik vind het wel belangrijk dat het algemeen bekend is. Dus dat er op de website en in informatieboekjes aandacht aan wordt besteed en je het niet pas hoort als je op een open dag of markt met iemand praat.

Interviewer: Welke informatie heb jij nodig om een bewuste keuze te kunnen maken?

Respondent 5: Slagingspercentages vind ik heel erg belangrijk. En hoe je begeleid wordt. Maar ook de goede en de slechte kanten van een hogeschool en een opleiding. Dan kan je voor jezelf die afweging maken. Alleen al deze informatie heb ik niet echt gekregen, dat vind ik wel jammer. Ik zou ze wel professioneler vinden als ze dat wel zouden doen. Kunnen ze gewoon in de boekjes zetten zelfs. Gewoon een pagina hieraan toewijden.

Interviewer: Zou het jou helpen op een voorlichtingsmarkt juist meer informatie te hebben over welke opleidingen er zijn en dan zelf op zoek te gaan naar hogescholen, of juist meer informatie over de hogescholen zelf die er bestaan en dat je later zelf op zoekt wat je daar kan doen?

Respondent 5: Ik zou het wel belangrijk vinden als ze meer informatie besteden aan de hogescholen en wat de verschillen daarin zijn. Ik denk dat veel praktische informatie van veel opleidingen ongeveer wel hetzelfde zijn, maar dat hogescholen juist heel verschillend zijn. En uiteindelijk zit je natuurlijk wel op een hogeschool. Ik wil dan wel weten waarom ik eerder voor de ene hogeschool moet kiezen dan voor de ander.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat geeft dit je voor beeld van de hogeschool?

Respondent 5: Het valt mij op dat ze aandacht besteden aan de ervaringen van studenten. Volgens mij heb ik dat nog niet echt gezien bij andere hogescholen. Ik vind het wel goed dat ze dat doen. Die informatie vind ik wel belangrijk.

Interviewer: [laat website zien] En wat voor beeld krijg je van de website?

Respondent 5: Ik vind het goed dat ze aandacht besteden of het bij je past. Ze kunnen dat misschien wel nog meer uitbreiden, ik weet alleen niet zo goed hoe. Die studiekeuzetest wat meer uitlichten denk ik. Alles is verder overzichtelijk. Overzichtelijker dan wat ik van de hogeschool heb gezien toen ik ze bezocht. Ik weet niet zo goed wat ik daarvan moet vinden [lacht].

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben zodat je een bewuste keuze zou kunnen maken?

Respondent 5: Ja die plus- en minpunten van de opleiding en de hogeschool uitlichten zouden mij wel heel erg helpen. Verder vind ik wel dat je zelf echt initiatief moet nemen om naar informatie op zoek te gaan. Hogescholen moeten natuurlijk je wel al die informatie die je nodig hebt bieden, maar je moet zelf de motivatie vinden om hier achteraan te gaan. Niet dat zij naar je toekomen of meer langskomen op middelbare scholen. Ik vind dat als je die motivatie nu al niet hebt, een hogeschool ook niet perse aandacht aan je hoeft te besteden. Misschien dat de middelbare school je dan kan helpen de motivatie te vinden of iets dergelijks, dat weet ik niet zo goed.

Interviewer: Wat zou voor jou een verschil maken om tussen hogescholen te kiezen denk je?



Respondent 5: De afstand is voor mij wel heel erg belangrijk. Maar het zo ook leuk zijn als de verschillen in opleidingen aan hogescholen bijvoorbeeld zijn een bepaald project die je bij de ene school doet die eruit springt. Daar zou ik denk ik ook naar kijken; wat voor invulling ze aan de opleiding geven.

Interviewer: Wat zou je nog willen toevoegen?

Respondent 5: Ik had wel bij de Haagse Hogeschool gezien dat ze dan een project lieten zien die ze tijdens de opleiding deden en dat uitgebreid met je doornamen. Dat zou ook wel leuk zijn om te zien bij Hogeschool Leiden. Dat je weet waar je mee aan de slag gaat tijdens de opleiding. Dat geeft je dan ook gelijk een beeld aan hoe ze lesstof toetsen en aanpakken.

Respondent 6

Bonaventura College Leiden
16 jaar oud, 5 havo, vrouw, interesse in Verpleegkunde
Interview enkele uren na de voorlichting
Bezoekt: open dag

Interviewer: Als je Hogeschool Leiden zou moeten beschrijven aan de hand van wat je nu allemaal gezien hebt, hoe zou je het dan omschrijven?

Respondent 6: [zonder enkele aarzeling] Hele goede en gezellige sfeer. Alles van gebouw tot informatieboekjes ziet er verzorgd uit, dus er is wel veel werk in gestopt lijkt mij. Verder durf ik er niet heel veel over te zeggen.

Interviewer: En welke indrukken heb je gekregen?

Respondent 6: Dat alles heel modern is en met de tijd meegaat om het maar zo te zeggen. En ja, de sfeer is gewoon heel gezellig. Alles is wel goed aangekleed en ze helpen je ook met waar je moet zijn, dat geeft je toch wel een bepaalde rust dat het goed geregeld is. Dat ze je op je gemak stellen omdat je eigenlijk nu al zo'n grote keuze moet maken.

Interviewer: Waarom ben je bij Hogeschool Leiden gaan kijken?

Respondent 6: Ik kende een aantal mensen via via waarvan ik veel goede ervaringen heb gehoord over de hogeschool en daardoor wilde ik graag komen kijken.

Interviewer: Bij welke hogescholen ben je nog meer langs geweest?

Respondent 6: Hogeschool Utrecht, Hogeschool van Amsterdam en Hogeschool Rotterdam.

Interviewer: Zijn er grote verschillen die je hebt gemerkt tussen Hogeschool Leiden en die andere hogescholen waar je geweest bent?

Respondent 6: Ja, de sfeer heel erg. Veel gezelliger en persoonlijker. Goede uitleg, in details duidelijk uitgelegd van wat je gaat doen en zo.

Interviewer: Heb je ook een voorlichtingsmarkt gehad op jouw middelbare school?

Respondent 6: Ja, volgens mij wel. Maar daar ben ik niet geweest.

Interviewer: Hoe zou je de uitstraling van Hogeschool Leiden benoemen?

Respondent 6: Sfeervol. Er hangt een bepaalde sfeer die bij andere scholen afstandelijker is.

Interviewer: En de uiterlijke kenmerken van de hogeschool?

Respondent 6: Ja, straalt toch wel een soort zekerheid uit zeg maar. Er hangt een bepaalde rust; het gebouw, de boekjes, de presentaties, de stands. Alles is wel synchroon en passend.

Interviewer: Hoe vond je het contact met de mensen die je hier op de open dag gesproken hebt?

Respondent 6: Ja goed, open en toegankelijk. Ze stapten ook zelf meteen op je af om je vragen te beantwoorden. Dat geeft mij wel een beeld dat de hogeschool heel gastvrij is, wat ik ook wel had verwacht.

Interviewer: Wat is er bij jou bijgebleven aan informatie die je is verteld?

Respondent 6: Hoe de studie in elkaar zit. Daar heb ik nu wel een goed beeld over gekregen. Dat beeld kreeg ik bijvoorbeeld bij de voorlichting van Hogeschool Rotterdam niet. Die voorlichting was veel meer onduidelijk.

Interviewer: Heb je ook informatie gekregen over uitvallers tijdens de opleiding en wat de redenen hierachter zijn?

Respondent 6: Nee, volgens mij niet. Dat zou ik wel goed vinden om te weten.

Interviewer: Wat voor beeld zou je van de hogeschool krijgen als ze dit wel zouden doen?

Respondent 6: Ja wel beter denk ik. Dan weet je ook hoe moeilijk het is bijvoorbeeld en ga je er even wat beter over nadenken. Konden ze wel in de presentatie meenemen.

Interviewer: Heb je een beeld gekregen over de wederkerigheid van Hogeschool Leiden? Dus wat zij ook van jou terugverwachten?

Respondent 6: Nee niet echt. Ja, het ging wel over dat je wel je best moet doen maar ik heb niet echt uitgelegd gekregen hoe ze het van jou terug verwachten of iets dergelijks. Had ik denk ik wel fijn gevonden ja. Ik zou het wel realistisch vinden als ze daar iets over zouden zeggen. Bijvoorbeeld een schema waar je op moet letten als je hier student bent en hoe je je tijd spendeert voor de school.

Interviewer: Wat voor beeld zou jij van een hogeschool krijgen die vooral positief over zichzelf praat en de wat mindere dingen achterwege laat?

Respondent 6: Nou ik vind het best logisch als ze dat doen. Je gaat natuurlijk niet slecht over jezelf praten als je mensen juist wil vertellen waarom ze bij jou zouden moeten komen. Het zou wel eerlijk zijn als ze dat wel deden. Dat is misschien wel goed. Ik heb hier nu niet echt negatieve dingen gehoord eigenlijk.

Interviewer: Hoe kan de hogeschool dit het beste communiceren naar je?

Respondent 6: Zoals ik zeg verwacht ik niet dat ze die informatie aan de grote klok gaan hangen. Maar als je met ze in gesprek gaat kunnen ze dat wel benoemen waar je op moet letten.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat voor beeld krijg je hierbij?

Respondent 6: Is wel duidelijk. Ik vind het wel gewoon goed. Er is niet echt iets dat ik mis. Ik krijg er niet specifiek een beeld bij.

Interviewer: [laat website zien] En bij de website?

Respondent 6: Hetzelfde.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben om een bewuste keuze te maken voor een opleiding en hogeschool?

Respondent 6: [weifelend] Misschien meer ervaringen van studenten die echt die studie doen en hoe zij alles ervaren. Zodat je echt weet wat je kan voorstellen en hoe jij ook in de studie zal gaan staan als jij hem gaat volgen.

Interviewer: Wat vind jij belangrijk om aan informatie te krijgen?

Respondent 6: Vooral de struggles tijdens de studie, dus waar studenten tegen aanlopen.

Interviewer: Hoe wil je deze informatie ontvangen?

Respondent 6: Ik denk dat dat echt iets is waarvoor je naar zo'n open dag komt. Die ervaringen.

Interviewer: Kun je wel zeggen dat je een realistisch beeld hebt gekregen?

Respondent 6: Over het algemeen wel. Misschien kunnen ze meer studenten aan het woord laten tijdens de presentaties. Die weten echt hoe ik me ga voelen tijdens de studie.

Interviewer: Denk je dat je voor de hogeschool gaat kiezen?

Respondent 6: Ik denk het wel. Ik zie niet echt een reden waarom niet. Maar ik heb nog even de tijd om naar mijn opties te kijken.

Interviewer: Zijn er nog meer dingen die je bent tegen gekomen die je wel belangrijk vindt om nog aan mij mee te geven?

Respondent 6: Niet echt. Ik denk wel dat het ook zou helpen om bijvoorbeeld na zo'n presentatie dat er studenten meteen klaar staan die je kan spreken over ook de wat minder leuke dingen aan de opleiding. Zo kan je denk ik wel beter je keuze maken.

Respondent 7

Christelijk Lyceum Delft
17 jaar oud, 5 havo, man, interesse in Sociaal Werk
Interview enkele uren na voorlichting
Bezocht: open dag

[intro]

Interviewer: Als je Hogeschool Leiden zou moeten beschrijven aan de hand van wat je tot nu toe allemaal gezien hebt, wat zou je dan zeggen?

Respondent 7: Het gebouw is mooi, alles is duidelijk aangegeven. Leuke docenten, iedereen is vriendelijk. Goede begeleiding. Ik vind het wel eruit zien als een goede school.

Interviewer: Past het bij het beeld dat je had verwacht van de hogeschool?

Respondent 7: Ik wist niet helemaal wat ik er van kon verwachten. Ik ben wel bij andere hogescholen geweest in Den Haag en in Rotterdam. Ik vind het wel beter dan die [hogescholen].

Interviewer: Wat zijn duidelijke verschillen die je ziet?

Respondent 7: [weifelend] [Hogeschool] Rotterdam vond ik een beetje oubollig. Ook iets massaler, Den Haag ook trouwens. Dit oogt wat sfeervoller.

Interviewer: Wat sprak je aan van Hogeschool Leiden waardoor je hiernaartoe bent gekomen?

Respondent 7: Mijn nicht zit hier ook op school en doet ook de opleiding Sociaal Werk. Zij zei dat het hier heel erg leuk was en dat je leuke stages kon doen met de opleiding in de buurt van Leiden. Dat sprak mij aan. Daarom wilde ik zelf ook gaan kijken.

Interviewer: Hoe zou je de uitstraling van Hogeschool Leiden beschrijven?

Respondent 7: Ik vind dat het wel een mooie, gezellige school is. Dat straalt het wel uit.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je bij de lay-out van de hogeschool?

Respondent 7: Alles is duidelijk en ze helpen je echt met wat je zoekt. Het geeft echt een school gevoel maar dan op een sfeervolle manier. Ik denk dat ze wel veel voor studenten doen om het op hun gemak te maken. Ook de foto's die je in de school ziet hangen van studenten en zo.

Interviewer: Wat is je bijgebleven aan de informatie van de voorlichting waar je vandaag geweest bent?

Respondent 7: Dat je niet bang moet zijn om je kwetsbaar op te stellen en op mensen af moet stappen. Dat je creatief moet denken om tot bepaalde ideeën te komen waar je mensen mee kan helpen.

Interviewer: Wat voor beeld gaf dit je van de hogeschool?

Respondent 7: Wel goed dat ze je ook al informatie geven over kwaliteiten die je nodig hebt in de opleiding. Ze lieten een beetje een beeld zien van hoe een student aan deze opleiding eruit ziet dus dat helpt je wel bij je keuze. Ik denk dat het wel een serieuze hogeschool is.

Interviewer: Heb je toevallig ook een andere voorlichtingsmarkt bijgewoond?

Respondent 7: Ja, gisteren was de studiemarkt bij mij op het Christelijk Lyceum Delft. Ik ben daar alleen niet bij Hogeschool Leiden gaan kijken omdat ze dit [de studiemarkt] elk jaar doen en ik toen in de 3 en 4 havo al langs ben geweest omdat het toen verplicht was. Dus ik was gisteren niet echt meer gaan kijken naar opleidingen.

Interviewer: Wat vind je er eigenlijk van dat je verplicht naar een voorlichting moet?

Respondent 7: Nou de eerste keer [in 3 havo] vind ik wel dat het helpt omdat je dan nog niet echt weet wat je wil gaan doen. Dus ik vind het wel fijn dat ze dat doen. Het helpt mensen denk ik wel met hun keuze of in ieder geval waar ze moeten zoeken om een keuze te maken.

Interviewer: Heb je tijdens de open dag informatie ontvangen over de moeilijkheidsgraad van de opleiding en wat de hogeschool van jou verwacht?

Respondent 7: Ja, wel redelijk. Dat je ook wel veel tijd in je studie moet steken. Ik zou volgens mij 12 uur op school moeten werken en de overige 26 uur daarbuiten nog aan mijn studie moeten zitten. Dat is wel aardig zwaar volgens mij.

Interviewer: Wat voor beeld geeft dat jou van de hogeschool?

Respondent 7: Ja op zich. Ik denk dat het hbo sowieso wel zwaar is, maakt niet uit waar je het doet. Zolang ze maar wel eerlijk zijn over hoe zwaar je het kan verwachten. Denk dat ze [Hogeschool Leiden] daar wel eerlijk over waren.

Interviewer: Heb je ook informatie gekregen over uitvallers tijdens de studie en wat hier de redenen van zijn?

Respondent 7: Nee. Maar op zich heb ik wel van andere mensen die gestopt zijn met hun studie wel gehoord waar dat dan aan kan liggen. Mijn broer is bijvoorbeeld ook gestopt met zijn studie omdat hij het toch niks voor hem vond. Dus ik vind niet dat ze daar aandacht aan hoeven te besteden.

Interviewer: Heb je het idee dat je tijdens de voorlichting alleen maar positieve kanten van de hogeschool hebt gekregen en niet echt de wat minder leuke aspecten?

Respondent 7: Nou ik denk, je moet je als hogeschool wel aanprijzen op zo'n dag en niet jezelf naar beneden halen. Maar er waren wel studenten die tijdens de voorlichting hun verhaal kwamen doen over wat zij er allemaal van vonden, dat vond ik wel erg goed. Dat geeft wel een realistisch beeld of zo. Ze gaven ook wel aan dat het echt wel aanpoten is tijdens de studie en dat het niet alleen maar lang leven de lol is.

Interviewer: Kunnen ze dit nog meer communiceren naar je denk je?

Respondent 7: Nee, ik vind dat ze het al genoeg verteld hebben. Ik vind dat ik wel een realistisch beeld heb gekregen.

Interviewer: Is er iets dat je aan informatie gemist hebt?

Respondent 7: Nou wat ik bijvoorbeeld wel interessant had gevonden en wat mij wel zou helpen is meer informatie over passende opleidingen die ook een mogelijkheid zou kunnen zijn. Dat ze mij bijvoorbeeld vertellen: zo ziet de opleiding eruit, maar een andere opleiding belicht meer dit stuk uit deze opleiding dus als je dat interessanter vindt zou je daarnaar moeten kijken. Ik twijfel namelijk tussen verschillende specialisaties van opleidingen binnen sociaal werk en als ik dan een overzicht zou hebben wat de verschillen en overeenkomsten zijn dan zou dat mij wel erg helpen.

Interviewer: Wat zou je nog meer helpen om een bewuste keuze te maken?

Respondent 7: [weifelend] Dat vind ik moeilijk. Ik vind bijvoorbeeld dat ze op de middelbare school je ook al best veel helpen met zo'n studiemarkt. En docenten en decanen die je helpen



als je een beetje vastloopt. En ik vind dat zo'n open dag ook heel erg helpt omdat je dat het gevoel bij zo'n school krijgt. De sfeer voel je dan of zo. En je kan dan ook kijken bij verschillende opleidingen die je aanspreken om daar meer informatie te krijgen. Ik zie niet echt wat er nog meer gedaan zou kunnen worden om mij te helpen. Het is ook een stuk eigen initiatief denk ik uiteindelijk ook. Welke moeite jij er zelf in steekt. Dat moet je op de hogeschool ook wel doen lijkt mij.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat valt je hieraan op? Welk beeld krijg je hierbij?

Respondent 7: Het is wel duidelijk. Het past wel bij alles wat ze ook in de presentaties en voorlichtingen aan je vertellen.

Interviewer: [laat website zien] Wat voor beeld laat dit bij je achter?

Respondent 7: Ik heb de website al goed bekeken thuis [lacht]. Ik vond het een erg goede website. Ze geven je veel informatie en je kan alles goed vinden. Ik vind het goed dat ze alles zo overzichtelijk maken in kopjes en per opleiding en gebied zeg maar. En die test was ook erg leuk en origineel.

Interviewer: Is er nog iets dat je aan mij wil meegeven over Hogeschool Leiden of het helpen bij een bewuste keuze maken?

Respondent 7: Ik zou het niet weten. Ik ben natuurlijk bij meerdere hogescholen geweest maar ik had hier wel het prettigste gevoel bij. Ik vond Hogeschool Rotterdam bijvoorbeeld in de presentatie ook heel rommelig. En als ik dan kijk hoe ze het hier [Hogeschool Leiden] doen, komt deze school wel professioneler en serieuzer op mij over. En ze waren hier ook meer enthousiast en stelden je meer op je gemak. Gastvrijer en persoonlijker of zo. Goed georganiseerd ook, en daardoor verwacht ik dat de opleiding zelf ook goed georganiseerd zal zijn.

Respondent 8

Ashram College Alphen aan den Rijn
16 jaar oud, 5 havo, vrouw, interesse in Chemie
Interview enkele uren na voorlichting
Bezocht: open dag

[intro]

Interviewer: Wat was voor jou een aanleiding om de open dag van Hogeschool Leiden te bezoeken?

Respondent 8: Vooral omdat het goed bereikbaar is en ze hebben de opleidingen die ik zoek. En ik ben ook bij Hogeschool Utrecht geweest voor dezelfde soort studie, maar hier [Hogeschool Leiden] hadden ze een breder vakkenpakket en dat sprak me wel meer aan.

Interviewer: Wat voor indruk heb je gekregen van Hogeschool Leiden?

Respondent 8: Grote school, maar dat heb ik een beetje bij alle hogescholen [lacht]. Voor de rest weet ik het niet.

Interviewer: Wat voor verschillen merk je met andere hogescholen?

Respondent 8: Ik vind het gebouw van Hogeschool Leiden wel wat mooier. Bij [Hogeschool] Utrecht vond ik het gebouw wat meer een bedrijf of een fabriek en Hogeschool Leiden straalt wel meer echt een school uit. Ook qua sfeer. Dat vind ik beter.

Interviewer: Wat straalt de hogeschool volgens jou uit?

Respondent 8: Behulpzaam. Wel willig om je te helpen en al je vragen te beantwoorden. Dat is wel goed volgens mij.

Interviewer: Is dat ook hoe je de mensen van de hogeschool hier vond?

Respondent 8: Ja. Echt iedereen was heel aardig en nam echt initiatief om je te helpen.

Interviewer: Hoe zou je de uiterlijke kenmerken van de hogeschool omschrijven?

Respondent 8: Het gebouw spreekt aan, het nodigt je uit. Zoals ik al zei, het straalt echt sfeer uit. Ik vind ook dat de kleuren die ze gebruiken heel vertrouwelijk overkomen. Niet zo schreeuwerig, dat past wel.

Interviewer: Wat is jou het meest bijgebleven aan de informatie die je vandaag hebt gekregen?

Respondent 8: Heel algemeen, eigenlijk. Ze vertelden vooral het grote beeld van wat je kan verwachten en wat je moet doen om toegelaten te worden. Dat vond ik wel prettig. Dan weet je waar je aan toe bent als je je gaat inschrijven.

Interviewer: Naar wat voor informatie ben je op zoek?

Respondent 8: Ik vind wel dat een hogeschool je veel informatie moet kunnen geven hoe jouw dag als student eruit ziet. Dus lessen, vakken, projecten, hoe je met mensen samenwerkt, wat voor begeleiding je krijgt. Dat je echt goed voorbereid wordt.

Interviewer: Heb je ook informatie gekregen over wat de hogeschool van jou terug verwacht als student?

Respondent 8: Ja, vooral op het moment dat je je inschrijft wat je moet doen om toegelaten te worden.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je daarbij van de hogeschool?

Respondent 8: Ik had het eigenlijk wel verwacht. Maar ik vond het wel best wel veel wat je allemaal moet doen om toegelaten te worden. Het is heel serieus allemaal. Maar die indruk heb ik ook bij andere hogescholen wel gekregen.

Interviewer: Heb je informatie gekregen over het aantal uitvallers en de redenen hierachter?

Respondent 8: Ja, een derde valt af zeiden ze.

Interviewer: En wat voor beeld kreeg je hierdoor van de hogeschool?

Respondent 8: Ik had het ook eigenlijk wel verwacht. Maar het maakt het wel spannend. Ik vind het wel goed dat ze dat vertellen. Je weet dan ook of je door kan stromen. Dat vind ik wel eerlijk, dat je niet pas tijdens de studie erachter komt dat het toch moeilijker is dan dat ze eerst zeiden.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld vormen als je alleen de positieve kanten van de hogeschool hoort en niet de mindere kanten?

Respondent 8: Ligt eraan. Je moet beide wel benoemen vind ik. Zolang je wel een balans maakt tussen positief en negatief. Dan kan je laten zien waar je goed en waar je minder goed in bent. Als je bijvoorbeeld minder goed bent in genoeg studieruimte te geven aan studenten, dan moet je dat wel eerlijk zeggen. Maar dan kan je het balanceren door opties te geven waar studenten wel die ruimte kunnen benutten. Ik zeg maar wat.

Interviewer: Heb je het idee dat je een realistisch beeld hebt gekregen van de hogeschool?

Respondent 8: Ja zeker wel. Ze gaven zelfs aan dat als je toch iets anders zoekt dan wat ze hier [Hogeschool Leiden] hebben welke andere scholen je zou kunnen bekijken en dat je je zo breed mogelijk moet oriënteren qua scholen om voor jou de beste te kiezen.

Interviewer: Wat vind je ervan dat Hogeschool Leiden dat doet?

Respondent 8: Heel goed eigenlijk. Als ze alles alleen maar romantiseren dan krijg je toch niet echt een goed beeld van hoe de studie of de hogeschool werkelijk is. Andere hogescholen die waren ietsjes meer bezig met je echt binnen halen, maar ook wel realistisch.

Interviewer: Heb je bepaalde informatie gemist die je wel verwacht had van Hogeschool Leiden?

Respondent 8: Nee niet echt. Ze zijn duidelijk op de website en duidelijk hier dus alles klopt wel.

Interviewer: [laat website zien] Wat viel er bij jou op aan de website?

Respondent 8: Nou het is heel duidelijk. Ik vind het ook fijn dat ze sfeerimpressies laten zien op de website en bij de opleidingen. Die komen ook overeen met wat ik hier allemaal zie. Ze geven je wel alle informatie die mogelijk is. Ik zou het zeker niet anders doen. Alles is goed in lijn.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] En wat voor beeld krijg je bij de informatieboekjes?

Respondent 8: Hetzelfde als bij de website. Het is heel consistent. Ik heb niet het idee dat ik informatie misloop. Misschien kunnen ze wel meer sfeerimpressies in de boekjes zetten, net als bij de website. Dan krijg je er ook een gevoel bij.

Interviewer: Is er nog een andere manier van voorlichting die jou zou kunnen helpen bewust een keuze te maken?

Respondent 8: [weifelend] Ik vind het erg goed dat ze meeloopdagen hebben. Dat moeten ze wel zo houden. Dan kan je het zelf ook meemaken wat de werkwijze is en in aanraking komen met andere studenten. Maar die meeloopdagen kunnen wel eerder vind ik. Vaak zijn ze vrij laat dat je nog maar heel kort de tijd hebt daarna om een keuze te maken. Misschien kunnen ze daar eerder mee beginnen. Of mij er eerder over informeren.

Interviewer: Zou je jezelf zien als student bij Hogeschool Leiden?

Respondent 8: Ja, ik zie mijzelf hier wel tussen. Ik voelde me thuis bij alle andere studenten dus het lijkt mij wel een goede match.

Interviewer: Is er nog iets dat je aan mij zou willen meegeven?

Respondent 8: Ik vind het ook goed dat er een scheiding is bij de voorlichting tussen ons en de ouders. Ik heb het idee dat we dan allebei toch meer opletten of zo en niet verwachten dat een van ons oplet [lacht]. En ik hoorde dat ze tegen mijn vader mee over het toekomstperspectief begonnen en dat vind hij interessant en bij mij ging het meer over de studie zelf en dat vind ik interessant. Zo kunnen we die dingen met elkaar delen.

Respondent 9

Antonius College Gouda

17, 5 havo, vrouw, interesse in Communicatie

Interview enkele uren na de voorlichting

Bezoekt: open dag

[intro]

Interviewer: Waarom ben je specifiek bij Hogeschool Leiden gaan kijken?

Respondent 9: Een aantal vriendinnen van mij zitten ook op deze school. Toen ik rondkeek waar je Communicatie kon studeren, wilde ik hier wel graag komen kijken. Het is ook goed bereikbaar. En ik las ook wel op het internet dat Hogeschool Leiden en de opleiding Communicatie hier goed aangeschreven staat.

Interviewer: Ben je ook langs geweest bij andere hogescholen?

Respondent 9: Ja, ik ben ook bij Hogeschool van Amsterdam en de Haagse Hogeschool geweest. Niet perse voor de opleiding Communicatie maar meer voor de opleidingen die er op leken maar de opleiding hier in Leiden was wel meer echt specifiek alle soorten communicatie.

Interviewer: Merk je een verschil met Hogeschool Leiden en de andere hogescholen waar je geweest bent?



Respondent 9: Qua sfeer sowieso wel denk ik. Het komt hier wel meer over alsof je goed met de docenten in contact kan komen en dat het heel persoonlijk is. Bij andere scholen ben je meer een van de vele studenten, en hier heb ik meer het idee dat ze je wel ook echt persoonlijk kennen.

Interviewer: Hoe zou je Hogeschool Leiden aan de hand van wat je allemaal gezien hebt omschrijven?

Respondent 9: Ik vind het wel heel huiselijk. Veel samenwerken met studenten. Breed; veel keuzes met opleidingen en de opleidingen zelf zijn volgens mij ook best breed. Dus veel verschillende studenten zal je ook wel zien denk ik. Veel diversiteit laat ik het zo noemen. En ja [weifelend] de sfeer echt wel. Dat je hier comfortabel kan zijn en jezelf kan zijn of zo. Ja, ik zou de school wel omschrijven als comfortabel.

Interviewer: Kun je die uitstraling van 'huiselijk en comfortabel' omschrijven?

Respondent 9: Nou ik bedoel vooral dat de sfeer heel erg aanvoelt als dat je er bij mag horen. Het maakt niet uit wie je bent, hier kan je je ei kwijt.

Interviewer: Zie je dat ook terug in de lay-out van de school?

Respondent 9: Jazeker. Er hangen foto's van studenten, je hebt veel 'ontmoetingsplekken', een licht en open gebouw en de kleuren nodigen je echt uit.

Interviewer: Hoe ervaaarde je de voorlichting?

Respondent 9: Ik vond de voorlichting van Communicatie wel vrij statisch, maar wel goed dat ze ook een aantal studenten aan het woord lieten over hun ervaringen. Ze hadden trouwens ook een soort flitscollege als 'mini-lesje', dat vond ik wel erg leuk. Dat vind ik ook goed dat ze eerst algemene informatie geven en dan dat uitbreiden met een soort college waarin je opdrachtjes doet zodat je ziet hoe het in z'n werk gaat.

Interviewer: Welke informatie is je uit de voorlichting bijgebleven?

Respondent 9: Wat de opleiding inhoudt. Welke projecten je doet tijdens de opleiding. Ik miste wel een beetje de opbouw van de studie tijdens de presentatie en wat je elk jaar precies gaat doen. Er mag misschien ook wel iets meer kleur in, in plaats van alleen alles opsommen wat ze nu deden. Dus meer uitgebreid met ervaringen erbij.

Interviewer: Hoe zou jij het ervaren als je informatie kreeg over uitvallers tijdens de studie en de redenen hiervan?

Respondent 9: Oh, dat hebben ze inderdaad niet verteld. Ik zou het wel reëel vinden want volgens mij gebeurt het wel veel. Dus ik zou het wel realistisch vinden als ze dat zouden vertellen ja. Het zou wel bijdragen aan het beeld dat ik van de school heb. Nu is het nog wel veel van hoe leuk het is, maar zo zou je wel weten dat het niet alleen maar leuk is.

Interviewer: Hoe zouden ze dit kunnen doen volgens jou?

Respondent 9: Benoemen in de presentatie als een punt waar je op moet letten. Op de website zou ik het sowieso vermelden.

Interviewer: Heb je wel het idee dat je nu een realistisch beeld hebt gekregen van hoe de hogeschool werkt?

Respondent 9: Nou op zich, van de studenten die ik sprak wel. Die gaven volgens mij wel een realistisch beeld en zeiden zelfs dat ze wel stress hadden. Maar van de docenten niet echt. Die leken mij meer een leuk verhaal te vertellen dan echt eerlijk te zijn. Ik weet het niet. Zo'n gevoel krijg je erbij vind ik.

Interviewer: Wat voor gevoel krijg je bij een hogeschool die alleen maar positief is over zichzelf?

Respondent 9: Ja daar kijk ik zo doorheen. Daarom vraag ik ook dingen aan studenten, hoe zij dingen ervaren.

Interviewer: Hoe zouden ze de meer realistische kanten kunnen communiceren volgens jou?

Respondent 9: Nou ik denk als je een volledig beeld wil hebben van de hogeschool en de opleiding je zelf ook het initiatief moet nemen om te praten met studenten. Maar misschien zou het me wel in een positieve zin verbazen als ze het ook in de presentaties zouden verwerken.

Interviewer: Wat heb je meegekregen van de wederkerigheid van de hogeschool? Dus wat zij van jou als student terug verwachten?

Respondent 9: In de presentatie in het begin wel. Het stond als opsomming volgens mij. Dat je zelfstandig moet zijn. Maar daar gingen ze best snel overheen dus ik zou niet precies weten wat nog meer. Mochten ze wel iets langer bij stilstaan.

Interviewer: En wat draagt dat bij aan het beeld dat je hebt van Hogeschool Leiden?

Respondent 9: [weifelend] Ja je moet wel zelfstandig zijn op een hogeschool denk ik. Het zal vast anders zijn dan een middelbare school; je wordt niet meer aan de hand gehouden. Misschien zouden ze dat verschil ook ergens duidelijk moeten maken. Meer aandacht aan besteden. Hoe weet ik niet. In de presentatie als daar ruimte voor is.

Interviewer: Wat vind jij belangrijk om te weten van een hogeschool voordat jij een bewuste keuze maakt?

Respondent 9: Ik denk vooral wat de studie inhoudt. Dan vind ik het ook wel goed dat ze dat met studenten erbij doen, want dan zie je ook wel een realistisch beeld. [weifelend] Ja misschien iets realistischer zijn. Dat kan bijvoorbeeld door een aantal studenten uit het eerste jaar maar ook uit jaren daarna erbij te hebben. Dan kunnen ze je echt vertellen wat ze precies ervaren en hoe zo'n dag uit het leven van een student eruit ziet. Dat miste ik wel.

Interviewer: Hoe kunnen ze volgens jou meer bijdragen aan een realistisch beeld?

Respondent 9: Misschien meer lesinhoud laten zien; wat je echt doet tijdens de lessen. En wat ik zei: een dag of een week uit het leven van een student Communicatie.

Interviewer: Hoe zou dat je beeld veranderen?

Respondent 9: Ik denk wel meer toegankelijk en betrouwbaar of zo. Ik vond dit nu nog te onduidelijk en te wervend denk ik. Als ze meer open en eerlijk zouden zijn dan zou ik ze wel meer toegankelijk vinden. Dan zou je ook eerder vragen stellen omdat je dan weet dat ze eerlijk tegen je zijn.

Interviewer: Wat zou je nog meer nodig hebben om een bewuste keuze te kunnen maken?

Respondent 9: [weifelend] Ik zou dat even niet zo snel weten. Misschien meer één op één met de student zodat je ook meer kan inspelen op wat hij of zij persoonlijk nodig heeft. Als dat mogelijk is dan. [weifelend] Oh, ik denk trouwens dat andere scholen er meer aandacht aan moeten besteden. Op mijn middelbare school werd dat op zich wel gedaan, maar mijn zus zit op het mbo. Zij wilde ook naar hbo gaan maar voor haar wordt helemaal niks gedaan. Geen voorlichting of iets voor wat je na het mbo zou kunnen doen. Ik weet dat ze dat wel jammer vond. Misschien meer langs kunnen gaan op die scholen en ook op mijn school zodat we in gesprek kunnen gaan met studenten bijvoorbeeld. Dan kan je ook meer vragen stellen dan tijdens een presentatie.

Interviewer: Heb je wel het idee dat je nu al je vragen hebt kunnen stellen en daar een antwoord op hebt kunnen krijgen?

Respondent 9: Nee. Daar was geen tijd voor bij de presentatie sowieso. Ik ben ook even naar de campus gestaan waar die kraampjes stonden. Maar daar waren ze een beetje afstandelijk vond ik wel. Niet echt heel open; dat je makkelijk naar binnen zou kunnen en je vragen kon stellen. Dat miste ik daar wel heel erg. Daarom heb ik het ook niet gedaan. Er was niemand echt die je opving. Ik ben er alleen doorheen gelopen en ik wist niet eens dat je daar met mensen kon praten, dat werd niet verteld in de presentatie.

Interviewer: Hoe veranderde dat het beeld dat je hebt van de hogeschool?

Respondent 9: Ik dacht dat ze meer toegankelijk en open zouden zijn. Zo leek het wel op de website denk ik. Zo'n gevoel kreeg ik wel door hoe het taalgebruik was op de website en hoe alles daar staat aangegeven. Dan lijken ze wel persoonlijk en toegankelijk of zo. Maar dat miste ik vandaag totaal. Zowel in de presentatie als bij die campus. Ik weet niet of ik nog wel terug zou willen.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat voor beeld krijg je hierbij?

Respondent 9: Ja, ik zie een beetje hetzelfde als op de website. Dat persoonlijke. Door aan te geven waarom het bij jou kan passen en dat soort dingen. Ik vind het een goed informatieboekje hoor. En goede website overigens. Het is wel duidelijk en in een persoonlijke taal geschreven allemaal.

Interviewer: Is er nog iets dat je aan mij zou willen meegeven?

Respondent 9: Ik denk dat ze bij de opleiding Communicatie en de campus waar de andere opleidingen van Management en Bedrijf stonden wel iets meer mogen doen aan de toegankelijkheid. Het voelde allemaal erg onpersoonlijk, wat ik niet had verwacht. Misschien meer kijken hoe collega's het doen.

Respondent 10

Da Vinci College Leiden
18, 5 havo, vrouw, interesse in Communicatie
Interview enkele uren na voorlichting
Bezoekt: open dag

[intro]

Interviewer: Als je Hogeschool Leiden zou moeten beschrijven aan de hand van wat je nu allemaal hebt gezien, hoe zou je het dan omschrijven?

Respondent 10: Ik weet het niet. Ik ben gewoon naar binnen gelopen.. Ik vond het niet echt duidelijk. Niet iedereen wist waar je naartoe moest, dat zou wel beter kunnen.

Interviewer: En wat voor beeld geeft dat je van de hogeschool?

Respondent 10: Niet perse slecht, ik snap het wel dat niet iedereen het weet. Maar ik denk als je in het begin meer mensen zou neerzetten die ook weten waar je naartoe moet, dat dat ook meer uitnodigend zou zijn of zo.

Interviewer: En wat zijn verdere indrukken die je hebt gekregen?

Respondent 10: Nou ik zag dat je via WhatsApp dingen kon vragen, dan vond ik wel goed. Goed dat daarover is nagedacht.

Interviewer: Wat voor beeld van de hogeschool blijft je na vandaag bij?

Respondent 10: Zoals ik al zei heb ik niet echt een beeld omdat ik gewoon puur naar binnen ben gelopen en meteen naar de presentatie. Ik ben niet echt rond gaan kijken of zo.

Interviewer: En als je kijkt naar de voorlichting die je hebt gehad, wat is je daarvan bijgebleven?

Respondent 10: Ik vond het wel een goede voorlichting op zich. Het mag misschien wat inhoudelijker vooral over de vakken bijvoorbeeld. Er werd wel verteld over welke vakken je had, maar niet echt wat je er precies ging doen. Ik vind dat het nog wel wat meer mag gaan over de inhoud van de opleiding en wat minder over hoe tevreden studenten bij de opleiding zijn. Het is leuk als de gemiddelde student tevreden is, maar dat betekent niet dat ik een gemiddelde student ben. Het werd een beetje teveel gezegd. Tuurlijk is het positief en daar kijk je ook echt wel naar, maar het is niet alles.

Interviewer: Heb je wel het idee dat je een realistisch beeld hebt gekregen of juist meer dat het leuker werd gemaakt dan dat het in werkelijkheid is?

Respondent 10: Dat [laatste] is altijd wel zo natuurlijk. Daar moet je wel rekening mee houden met open dagen. Maar ik denk op zich wel dat ik een realistisch beeld heb gekregen.

Interviewer: Denk je wel dat er iets anders zou kunnen dat jij een realistischer beeld krijgt om een bewuste keuze te kunnen maken?

Respondent 10: Ja. Ik denk dat de mevrouw die de presentatie van Communicatie gaf wel drie keer de lijst heeft opgenoemd waarin staat waarom je voor Hogeschool Leiden zou kunnen kiezen. Ze zei ook wel dat je bij andere scholen ook moest kijken maar het was wel telkens weer die lijst met 5 a 6 punten en dat heeft ze drie keer herhaald. Toen dacht ik wel dat dat niet het enige is waar het om gaat als je wil kiezen. Er stonden dingen in over studenten die tevreden zijn en een hoge baankans.. Kijk, er zijn mensen die kiezen voor een opleiding met een lage baankans maar die willen het gewoon graag doen. Dus zoiets is ook niet alles. Je hoeft zo'n lijst dan ook niet drie keer te herhalen. Dat is namelijk ook niet echt opleidingsgerelateerd, waar je wel voor komt. Daarin kwamen ze wel tekort. Daarvoor zou je dan weer met studenten moeten praten; ik denk dat zij je wel meer kunnen vertellen over de ervaringen.

Interviewer: Hoe wil je die realistische informatie ontvangen?

Respondent 10: Nou, vooral kijken naar hoe je je presentatie inhoudelijk realistisch kan maken. Niet alleen over tevredenheid. Geef anders ook aan waar studenten echt moeite mee hebben, daar zou je me echt mee boeien.

Interviewer: Wat straalt de hogeschool volgens jou uit?

Respondent 10: Ik vind het wel een open en licht gebouw. Ja, het heeft wel een gezellige uitstraling. Je kan hier wel goed studeren denk ik. Ook zo'n campus vind ik bijvoorbeeld echt goed.

Interviewer: Waarom ben je bij Hogeschool Leiden komen kijken?

Respondent 10: Ik heb gekeken naar verschillende hogescholen die de opleiding Communicatie aanbieden. Ik ben ook bij Avans Hogeschool in Breda geweest, maar ik wilde graag ook hier kijken omdat het ook niet te ver is. Sowieso is het wel handig om bij meer scholen langs te gaan om te kunnen vergelijken.

Interviewer: Wat zijn grote verschillen die je hebt gemerkt met de andere hogescholen waar je hebt gekeken?

Respondent 10: [weifelend] Een groot verschil heb ik niet echt gemerkt eigenlijk. Breda was wel meer persoonlijk en kleinschalig vond ik. Maar of dat nou zoveel anders is dan hier, dat weet ik niet.

Interviewer: Hoe ervaren je het contact met de mensen die hier rondliepen?

Respondent 10: Ja wel behulpzaam. Ze namen ook veel zelf initiatief om je te helpen. Ik heb op de campus ook gesproken met studenten en die verwezen me ook door naar docenten die er stonden voor vragen. Dus ik heb wel het idee dat ze voor je klaar stonden om je te helpen. Wel toegankelijk.

Interviewer: Heb je informatie gekregen ook over uitvallers tijdens de studie en wat de redenen hiervan zijn?

Respondent 10: Nee dat is wel een goed punt dat je dat zegt. Dat heb ik eigenlijk wel gemist. Dat is natuurlijk ook wel een dingetje. Als de helft van de studenten afvalt en die andere helft is zoals ze zeiden 'erg tevreden', dan betekent dat uiteindelijk ook nog niks natuurlijk.

Interviewer: Wat voor beeld zou je krijgen bij een hogeschool die dat wel aan je zou vertellen?

Respondent 10: Eerlijk. Ja. Realistisch en eerlijk. Kijk, ik kan het sowieso wel op internet ergens terug vinden lijkt mij. Daar kijk je ook echt wel naar hoor dat soort dingen. Daar heb ik bij Avans ook naar gekeken hoeveel studenten starten en hoeveel studenten er over zijn aan het eind van het eerste jaar. Tuurlijk, er zijn altijd wel mensen die afvallen omdat ze het niet leuk vinden.

Maar je kan dan wel naar de redenen kijken en percentages en hoe dat zit bij andere hogescholen. Ja. Ik denk dat het wel belangrijk is om dat ook nog erbij te vertellen.

Interviewer: Hoe zou een hogeschool volgens jou moeten communiceren over uitvallers?

Respondent 10: Ik denk dat dat overal wel te vinden moet zijn. Op de website, in de boekjes en de presentaties. Dat had ik wel graag daarin willen zien.

Interviewer: Zou je minder geneigd zijn naar een hogeschool te gaan met veel uitvallers?

Respondent 10: Nou. Kijk, ik zou niet meteen zeggen dat het dan niet meer hoeft. Maar het is wel belangrijk om ernaar te kijken. Vooral als je ook weet waarom kan je kijken waarom het hier wel veel is en bij een andere hogeschool niet. Dan kan je voor jezelf die keuze maken waar jij je beter op je plek gaat voelen.

Interviewer: Is er ook naar voren gekomen wat de hogeschool allemaal van jou als student zou terug verwachten tijdens de studie?

Respondent 10: Ik heb wel begrepen dat het hier de bedoeling is dat je het meeste werk op school doet, wat ik eigenlijk ook wel fijn vind. En de verplichte aanwezigheid bij colleges, dat heb ik wel meegekregen. Verder zijn ze er niet echt heel erg op ingegaan.

Interviewer: Hoe zou dat bijdragen aan je beeld?

Respondent 10: Dat zou wel beter zijn. Dan weet je ook wat je te wachten staat. Het is wel handig als je weet hoeveel moeite je er in moet steken en dat je niet daar later achter komt of zo. Dat je daar op voorbereid wordt. Dat is wel zo realistisch.

Interviewer: Waar kunnen ze hier het beste aandacht aan besteden?

Respondent 10: Ik denk dat in de presentatie dat wel prima is. Maar dan moeten ze dat wel uitgebreider doen. Met voorbeelden.

Interviewer: Waar ben je tijdens een open dag vooral naar op zoek?

Respondent 10: Ik denk dat het vooral de inhoud van de opleiding is en hoe dat wordt ervaren. Cijfers en statistieken kan ik wel op internet vinden. Mag ook wel vermeld worden, maar zolang je dat maar op internet kan vinden zou het prima zijn. En de sfeer denk ik ook wel. En ook wel de leeromgeving en hoe dat eruit ziet. Dus zo'n campus en andere plekken om te kunnen studeren. En of er een mediatheek of bibliotheek is. Die dingen wil je wel zien. Het is ook wel een ruime school. Dat vind ik ook wel belangrijk. Gezond eten ook [lacht]. Ze geven wel om je blijikbaar.

Interviewer: Hoe wil je informatie over die inhoud ontvangen?

Respondent 10: Het moet wel voor het grootste deel in de informatieboekjes en op de website staan, en dan toegelicht worden in de presentatie.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben van een hogeschool zodat jij een bewuste keuze kan maken?

Respondent 10: [weifelend] Ik denk dat het erbij blijft dat de algemene voorlichting wat inhoudelijker mag zijn. Dat er meer in wordt gegaan op de inhoud van de opleiding. Verder heb ik niet echt iets. Het is sowieso ook fijn dat je studenten kan spreken. Zo'n meeloopdag zou ik ook wel nog willen doen. Denk dat je dan pas echt weet hoe alles er precies uit ziet.

Interviewer: Heb je wel het idee dat je hier straks wegloopt met een goed beeld van de hogeschool en de opleiding?

Respondent 10: Ja en nee. Het is toch altijd wel goed om even langs te gaan om echt te zien en te voelen hoe zo'n school nou is. Maar qua informatie.. Ik had het meeste ook op internet kunnen vinden en je gaat hier toch wel heen voor die extra inhoudelijke toevoeging. Maar ik heb wel met een student gepraat op de campus. Dat is wel weer goed geweest, want dat kan je natuurlijk op internet niet doen.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Kun je nog vertellen wat voor beeld het informatieboekje bij je opwekt?

Respondent 10: Ja dat is gewoon goed denk ik. Er staat wel alles in en het is duidelijk geschreven.

Interviewer: [laat website zien] En bij de website?

Respondent 10: Die is ook duidelijk en overzichtelijk. Het is wel een mooie website waar je de informatie makkelijk kan vinden. Ik had dat ook toen ik thuis op de website keek. Alles staat in het begin en als je verder klikt krijg je steeds meer informatie. Leuk ook die sfeerbeelden.

Interviewer: Zou je, op basis van vandaag, kiezen voor Hogeschool Leiden?

Respondent 10: Ik heb wel een beeld gekregen van de hogeschool, maar de presentatie sprak me niet zo aan. Ik denk dat ik mij eerst meer moet verdiepen voordat ik echt de beslissing voor deze school maak.

Interviewer: Is er nog iets dat je is opgevallen dat je graag aan mij zou willen meegeven?

Respondent 10: [weifelend] Oh. Ja. Laat tijdens de presentaties meer studenten aan het woord. Ik zag bij een andere presentatie op een andere school dat ze meer de algemene dingen vertelden en theoretische dingen en dan vroegen aan een student wat zijn ervaring daarbij was. Dat vond ik heel goed. Heel realistisch. Je ziet het dan vanuit het oogpunt van de docent en van de student. [weifelend] Wat ik trouwens ook wel jammer en slordig vond: volgens mij wilde de vrouw tijdens de presentatie heel veel vertellen maar had ze niet genoeg tijd. Je zag dat ze sommige punten oversloeg en heel gehaast ging praten. Misschien moeten ze daar meer naar kijken hoe de essentie in dat half uurtje past. [weifelend] En ik denk dat een hogeschool wel een studiekeuzetest zou kunnen aanbieden. Ook voor mbo-scholen denk ik. Ik ken mensen die mbo doen en daar wordt niks gedaan voor de studenten die door willen naar het hbo. Misschien daar meer mee samenwerken of hun iets aanbieden?

Respondent 11

Christelijk Lyceum Delft

15, 4 havo, vrouw, interesse in Zorg en Welzijn

Interview een halve week na voorlichting

Bezoekt: studiemarkt

[Intro]

Interviewer: Met welke reden ben jij bij de stand van Hogeschool Leiden gaan kijken?

Respondent 11: Nou ik liep eigenlijk gewoon rond en toen kwam er iemand van Hogeschool Leiden naar mij toe. Hij vroeg waar ik naar op zoek was en vertelde een beetje over Hogeschool Leiden.

Interviewer: Weet je nog wat hij je verteld heeft over de hogeschool?

Respondent 11: Hij vroeg wat ik later wilde worden. Toen zei ik dat ik iets medisch wilde doen of in de zorg wilde werken. Hij gaf toen wel een boekje, maar omdat hij zelf de opleiding niet deed wist hij er niet heel veel van af. Hij zei wel dat ik dan de dag erna naar de open dag kon gaan of anders in februari als ik meer wilde weten over die opleidingen.

Interviewer: Wat voor beeld gaf het jou toen hij niet veel over de opleiding van jouw keuze kon vertellen?

Respondent 11: Ik snap het wel, want als je het zelf niet doet dan weet je natuurlijk niet alles. Maar ik had wel gehoopt dat hij er in ieder geval iets van wist en mij iets meer kon vertellen dan alleen dat ze de opleiding wel hadden op de hogeschool.

Interviewer: Kan je wel herinneren wat hij vertelde over waarom je naar Hogeschool Leiden moest gaan?

Respondent 11: [weifelend] Hij zei wel dat het een leuke stad is en de school heel veel verschillende studenten heeft. Dat geeft volgens mij wel een goede sfeer. Dat idee kreeg ik wel.

Ze zijn allemaal heel aardig en gastvrij en behulpzaam. Volgens mij hangt er wel een goede sfeer op die school.

Interviewer: Heb je een realistisch beeld gekregen voor zover dat kon denk je?

Respondent 11: Ik denk wel dat wat hij zei klopt. Maar hij zei niet heel veel.

Interviewer: Zag je een verschil met andere hogescholen die op de studiemarkt stonden?

Respondent 11: Nou niet echt. Ja, je zag wel verschillen met bijvoorbeeld een school die meer technische opleidingen had of zo. Die lieten meer technische dingen zien, maar daar ben ik niet echt naar gaan kijken. Verder zag het er allemaal wel een beetje hetzelfde uit. De andere scholen hadden het wel meer over hun opleidingen en zo en Hogeschool Leiden meer over de sfeer. Maar misschien kwam dat ook omdat er niemand stond die mij wat kon vertellen over de opleiding die ik wilde doen.

Interviewer: Hoe zou je je beeld van Hogeschool Leiden omschrijven?

Respondent 11: Ik weet het niet zo goed. Ik denk dat het wel een gezellige goede school is.

Interviewer: En wat voor beeld kreeg je bij de uitstraling van Hogeschool Leiden?

Respondent 11: De stand was heel klein. Vergeleken met andere scholen die heel veel hadden. Posters, banners, flyers en dat soort dingen. Maar ik vond het wel handig dat ze al die boekjes goed gesorteerd hadden neergelegd. Ze hielpen je ook bij welk boekje je nodig had voor welke dingen je leuk vindt.

Interviewer: Is er iets dat je anders zou willen zien dat het meer zou passen bij het beeld dat je hebt van de hogeschool?

Respondent 11: Misschien iets groter maken, dat je ook weet dat ze er staan. Je zag nu eigenlijk bijna niet dat het Hogeschool Leiden was. Ik weet niet of ze dat willen uitstralen. Maar het mag wel wat duidelijker. En die jongen zei wel dat de school klein en gezellig is. Maar hoe klein is klein? Ik heb daar geen beeld bij nu. Ik denk als je een hele professionele stand zou hebben die alles heeft waar alles ligt wat je zoekt, beeldmateriaal, boekjes, schoolboeken, foto's en dat soort dingen, dat je dan wel een goede school bent die moeite ook doet zeg maar.

Interviewer: Hoe heb je het contact ervaren?

Respondent 11: Ik had wel het idee dat je al je vragen kon stellen. Hij was heel vriendelijk. Alleen jammer dat hij niet veel antwoorden wist. Hij vroeg wel ook dingen aan mij zodat hij daarover dingen kon vertellen als hij dat wist. Hij probeerde je wel te helpen waar kon.

Interviewer: Wat voor beeld zou je van de hogeschool krijgen als ze zouden vertellen over de uitvallers en wat de redenen daarvan zijn?

Respondent 11: Ik zou het wel fijn vinden. Zo zou je wel weten hoe zo'n studie echt aan het werk gaat. Nu krijg je meer alleen welke studies ze hebben, maar niet echt hoe het er precies aan toe gaat. Maar zo zou je er wel beter over na kunnen denken over wat dingen kunnen zijn waardoor je het misschien niet gaat halen. Dan kan je misschien ook kijken naar een school die qua makkelijkheid beter bij je past als je een zwaardere studie bijvoorbeeld niet aan kan.

Interviewer: Hoe zou je dat voor je zien? Hoe denk je dat ze dat het beste naar jou kunnen communiceren?

Respondent 11: [weifelend] Ik denk dat je niet perse dat op de studiemarkt al hoeft te doen. Wel op een open dag. Dan kom je natuurlijk voor nog meer informatie over de studie zelf. Misschien als je dat in een informatieboekje zet dat je dan teveel mensen afschrikt.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je van de hogeschool als ze vertellen wat ze van jou mogen verwachten als je daar komt studeren?

Respondent 11: Ik zou het wel zien als een motiverende school waar je goed je best moet doen. Als je dat aanspreekt zou het wel een goede school voor je zijn.

Interviewer: En hoe zouden ze dat het beste kunnen communiceren?



Respondent 11: Ik denk dat het wel handig is als je dat in informatieboekjes en op een studiemarkt op de middelbare school vertelt. Want dat hoort er ook gewoon bij. Als iemand van zichzelf weet dat hij heel veel kan bieden dan kan hij meteen zien dat het een goede school voor hem is omdat hij daar zou kunnen laten zien wat hij allemaal kan.

Interviewer: Naar wat voor informatie zoek jij tijdens een voorlichting?

Respondent 11: Nou hier op de studiemarkt vind ik het voor ons handig welke studies er allemaal zijn en welke pakketten je ervoor nodig hebt. Vorig jaar [in 3 havo] moesten we een pakketkeuze maken en dan is het wel handig om te weten voor welke opleidingen je welk pakket nodig hebt zodat je niet ineens erachter komt dat je voor de opleiding die jij wilt een ander pakket nodig hebt. Dat miste ik vorig jaar wel een beetje maar gelukkig heb ik toen wel een goede keuze gemaakt. En eigenlijk ook wat voor beroepen je er later allemaal mee kan doen dat je daaruit kan kijken wat je leuk vindt en welke opleiding je daarvoor nodig hebt.

Interviewer: Waar zou je al die informatie willen vinden?

Respondent 11: Nou ik wilde het wel tijdens de studiemarkt horen, maar dat ging niet echt helaas. Ik weet niet of ze dat in de boekjes moeten zetten welk pakket je nodig hebt, maar de beroepen sowieso wel. En op de website allebei. Maar volgens mij staat dat er al.

Interviewer: Wat voor beeld krijg je bij een hogeschool als zij alleen maar de leuke kanten van de hogeschool en de opleiding belichten en niet echt kijken naar de minder leuke dingen?

Respondent 11: Ik zou dan denken dat ze me alleen maar willen omkopen om naar die school te komen. Ik merk wel dat veel scholen dat een beetje deden. Daar hou ik niet van. Ik kom voor informatie, en natuurlijk moet die informatie ook een beetje leuk zijn maar ik wil niet het idee hebben dat ik je niet kan geloven. Je kan dan ook bij die nadelen kijken of de hogeschool echt wat voor jou is en dan selecteer je ook weer beter mensen vind ik.

Interviewer: Hoe zou je die informatie willen ontvangen?

Respondent 11: Dat kunnen ze wel vertellen op de open dag. Ergens anders hoeft dat niet perse denk ik. In informatieboekjes denk ik dat het belangrijk is dat je praktische informatie hebt en dan kom je voor de ervaring en de inhoud naar een open dag. Dan kan je er ook meer over in gesprek gaan.

Interviewer: [laat website zien] Wat straalt dit uit volgens jou?

Respondent 11: Ik vind het er heel goed uitzien. Het is goed ingedeeld. Het ziet er mooi uit. Ze nemen je volgens mij wel serieus. Ze hebben allerlei soorten informatie. Dat is wel echt goed.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat straalde dat uit voor jou?

Respondent 11: Er stond goede en duidelijke informatie in. Het kwam wel goed en serieus op mij over.

Interviewer: [laat logo zien] Wat zegt dit logo volgens jou over Hogeschool Leiden?

Respondent 11: Niet zo veel. Het is niet echt dat ik iets zie dat met Hogeschool Leiden te maken heeft. Ik snap niet echt wat het betekent of zo. Dat zou ik wel weglaten. Misschien een ander teken of zo, dit zegt nu zo weinig. Past niet echt bij de duidelijkheid die ik eerst van de hogeschool heb gezien.

Interviewer: Zou je voor Hogeschool Leiden kiezen denk je?

Respondent 11: Dat kan ik echt niet zeggen, ik heb te weinig informatie gehad. Ik moet eerst kijken wat ik echt leuk vind.

Interviewer: Wat zou je mij nog meer willen meegeven over de hogeschool of over hoe jij beter voorgelicht kan worden?

Respondent 11: [weifelend] Misschien meer mensen zetten bij de stand die meer weten over een paar opleidingen. Niet dat je alleen maar mensen spreekt die dingen weten over hun eigen opleidingen en je verder niet veel kunnen vertellen. Misschien kunnen ze daar iets mee doen.

Respondent 12

Christelijk Lyceum Delft

15, 4 havo, vrouw, interesse in Pabo

Interview een halve week na voorlichting

Bezoekt: studiemarkt

[Intro]

Interviewer: Wat sprak je aan van Hogeschool Leiden waardoor je bij de stand bent gaan kijken?

Respondent 12: Ik wilde een beetje langs elke hogeschool gaan in de buurt. Bij de stand van Hogeschool Leiden sprak iemand mij aan. Toen heb ik ook een aantal boekjes meegekregen. Maar er was niemand die de opleiding die ik leuk vond deed dus daar kon ik helaas niet echt informatie over krijgen. Behalve de boekjes dan.

Interviewer: Weet je nog welk beeld je van de hogeschool hebt gekregen toen?

Respondent 12: Nou ik vond het wel goed dat hij wel kon vertellen dat Hogeschool Leiden die opleiding wel heeft. Maar ik kreeg niet echt heel veel informatie erover dus daar kan ik niet echt iets over vertellen. Ik kon er dus ook niet echt een beeld bij vormen. Dat is wel jammer.

Interviewer: Heb je wel iets meegekregen over de hogeschool zelf?

Respondent 12: Ja. Dat het een beetje een kleine school is en een gezellige sfeer heeft. Hij zei ook dat iedereen elkaar kende en dat het anders was dan andere scholen.

Interviewer: Wat voor beeld liet dat bij je achter?

Respondent 12: Dat het wel gezellig is. Dat is wel een voordeel denk ik.

Interviewer: Denk je dat het een realistisch beeld is dat je hebt gekregen?

Respondent 12: Ja, dat denk ik wel. Dat straalde het op alle kanten wel uit.

Interviewer: En hoe zou je de uitstraling van de stand omschrijven?

Respondent 12: Ja het was niet zo heel groot. Het was gewoon een klein tafeltje met boekjes en shirtjes erop gelegd. Het was niet zo veel, maar wel netjes.

Interviewer: Past het bij het beeld dat je hebt van de hogeschool?

Respondent 12: Dat weet ik niet zo goed. Ik kon niet echt een beeld vormen en dat vond ik wel jammer. Ze hadden denk ik wel meer kunnen laten zien en misschien ook meer beeldmateriaal dat je ziet hoe alles eruit ziet en wat voor studenten op de school zitten. Het staat wel een beetje in de boekjes, maar het zou wel fijn zijn als je gelijk wel al een sfeerbeeld zou zien. Dat kreeg ik bij andere scholen wel meer.

Interviewer: En wat voor beeld kreeg je bij het contact met de student waar je mee gepraat hebt?

Respondent 12: Ja hij was wel open. Dat was wel een beetje anders dan andere scholen. Hij kwam namelijk naar mij toe en begon met dingen te vertellen. En bij andere scholen moest je wel meer moeite doen om echt contact te zoeken. Ik vond dat wel goed. Anders was ik misschien wel voorbij gelopen, ook omdat de stand niet echt opviel. Nu heb ik wel informatie kunnen krijgen over Hogeschool Leiden.

Interviewer: Hoe zou het je beeld beïnvloeden als je informatie krijgt over uitvallers en de redenen achter die uitvallers?

Respondent 12: Ik denk dat ik dan wel een beter beeld zou krijgen. Dan weet je dat alvast van te voren en merk je het niet pas als je daar al aan het studeren bent.

Interviewer: Hoe zou je die informatie willen ontvangen?



Respondent 12: Ik denk dat het beter is om op de open dag te vertellen. Dan ben je natuurlijk echt geïnteresseerd in die school als je daar langskomt. Dan wil je dat soort dingen weten. In een informatieboekje kan ook, maar het hoeft niet uitgebreid. Als het maar wel ergens staat. Misschien de voordelen en nadelen van de school of de opleiding ergens benoemen.

Interviewer: Hoe denk je dat je beeld van de hogeschool zou zijn als je informatie krijgt over wederkerigheid; dus wat de hogeschool van jou terug kan verwachten als jij daar studeert?

Respondent 12: Ik denk dat je dan wel veel gemotiveerde studenten aantrekt als je dat zou vertellen. Ik denk dat leerlingen die niet perse zin hebben om veel moeite ook buiten school in hun opleiding te steken dan minder snel naar jou toe zouden gaan. Misschien heb je dan ook minder uitvallers [lacht].

Interviewer: Hoe zouden ze dat moeten communiceren volgens jou?

Respondent 12: Op de open dag vertellen is prima. Dan weten ze [scholieren] meteen waar het op staat.

Interviewer: Welke informatie vind jij belangrijk om van een hogeschool te weten bij het maken van een keuze?

Respondent 12: Nou hij vertelde natuurlijk dat het een kleine en persoonlijke school is. Dat vind ik ook belangrijk om te weten, want dan weet je dat je niet zomaar een nummertje bent. Ik vind begeleiding erg belangrijk en ik zoek ook wel een school die je helpt als je het lastig vindt.

Interviewer: Hoe wil je de informatie over begeleiding ontvangen?

Respondent 12: Als ik de open dag zou bezoeken. Ja, eigenlijk overal wel.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld van een hogeschool vormen als je alleen maar positieve punten van de hogeschool krijgt in plaats van ook een aantal minpunten?

Respondent 12: Ik denk dat het wel realistischer is om ook de negatieve dingen te benoemen. Want ik weet ook wel dat het niet alleen maar positief is, dus ik wil daar graag op voorbereid worden. Niet dat je later pas achter die dingen komt.

Interviewer: Hoe zouden ze dat het beste kunnen brengen volgens jou?

Respondent 12: Dat ze beide kanten wel benoemen. Van: het is gezellig en persoonlijk hier op school en met de opleiding doe je leuke dingen maar let wel op dat dit zwaar kan zijn en dat mensen hier meer moeite mee hebben. Dan kan je een realistisch beeld in je hoofd vormen.

Interviewer: [laat website zien] Wat voor beeld roept de website bij je op?

Respondent 12: Ik denk dat dit wel heel handig is. Ze hebben denk ik wel echt alle informatie die je nodig hebt. Dat is goed. Professioneel. Ook heel goed dat ze informatie geven over de toekomst wat je kan gaan doen.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] En het informatieboekje?

Respondent 12: Eigenlijk wel hetzelfde als bij de website. Goed over nagedacht.

Interviewer: [laat logo zien] Wat vind je dat het logo zegt over Hogeschool Leiden?

Respondent 12: Het is wel een duidelijk logo. Het lijkt op een weg naar de toekomst of zo? Ik weet niet of ze dat bedoelen. Vind ik wel leuk bedacht en passend. Maar weet niet of iedereen dat meteen ziet hoor. Maar ik snap het wel.

Interviewer: Wat voor indruk geeft dat jou van Hogeschool Leiden?

Respondent 12: Dat ze je helpen met de weg naar je toekomst? Voor een goede toekomst of zoiets.

Interviewer: Vind je dat passen bij wat je ook van Hogeschool Leiden te zien hebt gekregen tijdens de studiemarkt?

Respondent 12: Niet echt eigenlijk. Ze wisten natuurlijk niet zoveel over wat ik wilde weten. Het spreekt eigenlijk wel een beetje tegen [lacht]. Het lijkt alsof ze jou willen helpen met je toekomst maar ze konden mij niet eens helpen met informatie geven over de opleiding die ik wilde doen.

Interviewer: En wat stralen de kleuren van Hogeschool Leiden volgens jou uit?

Respondent 12: Ik vind het wel handig dat elke school een beetje z'n eigen kleur kent. Zo maak je ook een verband met de kleur en de hogeschool. En ze doen alles in hetzelfde thema, dat vind ik ook goed en professioneel eruit zien. De kleuren stralen wel een beetje rust uit. Betrouwbaar. Hogeschool Rotterdam is bijvoorbeeld rood. Dat ziet er veel meer schreeuweriger uit. Daar krijg je niet echt een fijn gevoel bij.

Interviewer: Wat heb jij nog meer nodig om een bewuste keuze te maken?

Respondent 12: Dat ze me alle informatie geven die ik nodig heb. Dat je dat allemaal kan vinden op de website en naar kan vragen op de open dag.

Interviewer: Wat trekt jou aan van Hogeschool Leiden?

Respondent 12: Nou ik weet niet zeker of ik er naartoe zou gaan. Maar de opleidingen spreken mij wel aan. En ook dat het een kleine school is waar iedereen elkaar kent. Dat lijkt mij wel fijn.

Interviewer: Heb je tot slot nog een opmerking of suggestie over Hogeschool Leiden of dit interview?

Respondent 12: Nee hoor. Leuk dat je op onze school langs kwam.

Respondent 13

Christelijk Lyceum Delft

17, 5 havo, vrouw, interesse in Biologisch en Medisch Laboratoriumonderzoek en Fysiotherapie

Interview een halve week na voorlichting

Bezocht: studiemarkt en open dag

[intro]

Interviewer: Was er een specifieke reden dat je op de studiemarkt bij Hogeschool Leiden bent gaan kijken?

Respondent 13: Nou ik vind Leiden sowieso een leuke stad. Dus als ik zou kunnen studeren in Leiden, dan zou ik dat heel erg leuk vinden. Toen zag ik bij de stand van Hogeschool Leiden wel studies die me aanspreken, daarom wilde ik gaan kijken. Ze hebben ook meer studies die passen bij mijn pakket, dus ik kwam vooral daarvoor. Ik heb toen wel een paar vragen gesteld, maar ik zag niet heel veel verschil met andere scholen eigenlijk verder.

Interviewer: Welke eerste indruk kreeg je van Hogeschool Leiden bij de studiemarkt?

Respondent 13: [weifelend] Weet ik eigenlijk niet.

Interviewer: Wat vond je van de uitstraling van de stand? Paste dat bij het beeld dat je eerder van de hogeschool had?

Respondent 13: Ja, eigenlijk wel. Jullie waren niet heel erg uitbundig of zo. Maar nog steeds wel uitnodigend door de mensen die er stonden en de informatie die er lag. Ik vond het wel interessant. Andere scholen waren met allemaal doeken en de hele mikmak, dat waren jullie niet echt. Maar dat vond ik ook helemaal niet erg. Ik vond het er ook wel gezellig uitzien gelijk eigenlijk. Jullie waren wel de eerste waar ik naartoe liep.

Interviewer: Zou je wel iets veranderen aan de stand om het meer bij Hogeschool Leiden te laten passen?

Respondent 13: Ik wilde wel graag een boekje meenemen van Biologisch en Medisch Laboratoriumonderzoek, maar die waren er niet meer. Dat vond ik wel jammer. Dan mis je wel gelijk een aantal dingen qua informatie.

Interviewer: Vond je dat de stand professionaliteit uitstraalde?

Respondent 13: Wel iets minder dan de andere stands. Jullie hadden niet echt een doek of een poster en daardoor viel de school niet echt op. Andere scholen die dat wel hadden vond ik er wel professioneler uitzien. Ik denk dat het mensen wel meer aanspreekt. Maar ik denk eigenlijk ook wel dat het een voordeel is dat jullie niet zo uitbundig zijn. Vooral als je niet perse bezig bent met werven maar meer met voorlichten. Die indruk kreeg ik wel bij jullie. Dus zeg maar, als je het zelf interessant vond dan ging je erheen, maar als het je niks boeide dan ging je niet langs. Bij jullie was ik ook meer op mijn gemak en heb ik een van de betere gesprekken gehad dan bij de andere hogescholen.

Interviewer: Kan je je nog herinneren hoe het contact verliep?

Respondent 13: Ja ik had wel het idee dat ik al mijn vragen kon stellen. Ze waren heel gastvrij.

Interviewer: Welke informatie is je bijgebleven uit je gesprek?

Respondent 13: Ik stelde een paar vragen over een paar studies. Dat werd uitgelegd. Ze vertelden ook over de open dag en hoe ik me daarvoor kon inschrijven om een beter beeld te kunnen krijgen van de opleidingen. Het was niet teveel informatie maar wel iets waar ik wat mee kan.

Interviewer: Welke informatie vind je belangrijk om te krijgen om een keuze te maken of de hogeschool echt bij je past?

Respondent 13: Ik wilde vooral gewoon weten welke kant ik op kan met mijn profiel. Toen was ik bij de open dag in het lab geweest voor Biologisch en Medisch Laboratoriumonderzoek en dat vond ik helemaal niks. Toen zag ik dat jullie ook Fysiotherapie hadden en toen ben ik daarheen geweest. Maar daar hoorde ik helaas niks over bij de studiemarkt.

Interviewer: Wat waren de indrukken die je kreeg bij de open dag?

Respondent 13: Ik vond het wel heel groot, maar misschien kwam dat omdat ik nooit eerder op een hogeschool ben geweest. Ik had wel de indruk dat ik op iedereen af kon stappen en de wel open en toegankelijk waren. Dus het was wel een goede sfeer. Dat vond ik wel fijn.

Interviewer: En welke indrukken kreeg je tijdens de voorlichtingen?

Respondent 13: Volgens mij gaf het wel een goede indruk van de studie. Een student zei ook dat je ongeveer 50% van de tijd op school in het lab doorbrengt bij BML. Dat gaf mij wel een goede indruk van de studie, alleen ik vind zelf het lab niet zo leuk. Toen wist ik wel dat het niet bij mij past. Toen ben ik natuurlijk naar Fysiotherapie gegaan, en daar kreeg ik ook wel goede indrukken van wat de opleiding inhoudt. Je kon ook al je vragen stellen. Ik voelde me wel op mijn gemak zeg maar in de school.

Interviewer: Wat is de indruk die bij je is achtergebleven toen je de hogeschool verliet?

Respondent 13: [weifelend] Bij de les van Fysiotherapie moesten we ook wel veel doen. Ik ben wel iemand die tijdens mijn studie ook wel veel praktische dingen wil doen dus dat vond ik wel heel erg leuk. Dat bleef me wel bij zeg maar. Ik vond het wel een leuke school verder. Ik zou het niet echt weten.

Interviewer: Is er iets dat je miste, wat je wel graag had willen zien?

Respondent 13: [lange stilte] Nou, toen ik bij BML kwam moest mijn moeder ergens anders zitten en kreeg een aparte voorlichting dan waar ik zat. Dat vond ik een beetje onhandig en eigenlijk ook wel spannend. Normaal ben ik met haar samen en kunnen we samen overleggen. Ik had het wel fijn gevonden als ik met haar was.

Interviewer: Hoe zou het jouw beeld vormen als je meer zou horen over uitvallers tijdens de studie en wat de redenen hierachter zijn?

Respondent 13: Oh, dat heb ik niet echt gehoord nee. Licht er natuurlijk ook aan hoeveel mensen er af vallen. Maar ik zou het wel fijn vinden die informatie te krijgen, want dan kan je voor jezelf ook nagaan of je de studie ook aankan. Ik denk dat dan minder mensen de

verkeerde keuze gaan maken en dat ze meer gaan nadenken of het voor hen wel echt de goede keuze is.

Interviewer: Hoe zou je die informatie willen ontvangen?

Respondent 13: Denk dat het wel handig is dat ze daar overal wel een beetje aandacht aan besteden.

Interviewer: Heb je informatie gekregen over dat de hogeschool ook veel van de student terug verwacht? Hoe zou dat jouw beeld vormen als je dat zou weten?

Respondent 13: Nee, eigenlijk niet. Ik heb daar niet echt wat over gehoord. Ik vind het wel belangrijke informatie die ze naar zoveel mogelijk leerlingen moeten communiceren. Net als over de uitvallers. Dat maakt mensen wel meer bewust in het maken van hun keuze. Dat is wel een puntje waar ze aan kunnen werken om die openheid daarover meer te geven.

Interviewer: En hoe zouden ze dat kunnen communiceren?

Respondent 13: Ook overal wel in verwerkt ja.

Interviewer: Wat vind jij nog meer belangrijk om van een hogeschool te weten voordat jij een bewuste keuze kan maken?

Respondent 13: [weifelend] Ik denk begeleiding en baankansen. Studeren is natuurlijk wel heel erg leuk maar als je daarna nergens echt terecht kan weet ik niet of het veel zin heeft gehad. Dat zou wel meespelen denk ik met een keuze.

Interviewer: Hoe zouden ze dat volgens jou het beste onder de aandacht kunnen brengen?

Respondent 13: Ik weet niet of mensen die informatieboekjes echt lezen. Ik denk als mensen op de open dag zijn dat je dat sowieso wel aan ze moet vertellen. Maar ik vind dat je het overal, op de website en in boekjes, wel moet vermelden. Het is wel belangrijk bij een hogeschool dus je moet het wel overal vermelden vind ik.

Interviewer: Wat voor invloed heeft het op jouw beeld als een hogeschool alleen maar de positieve kanten van de hogeschool en de opleiding uitlicht?

Respondent 13: Nou ik vind dat een school wel de mindere punten ook wel moet vertellen. Anders ga je ook naar een school met het idee dat alles helemaal top is, maar dan kom je er ineens achter dat er toch dingen zijn die anders zijn dan ze verteld hadden. Als je dat eerder weet, dan kan je je daar wel beter op voorbereiden lijkt mij.

Interviewer: Hoe zou de hogeschool dit voor jou het beste kunnen communiceren?

Respondent 13: In de informatieboekjes. Misschien ook wel een beetje vertellen op de open dag, maar je moet ook niet de minpunten te groot naar voren brengen, dat is ook niet wat je wil. Maar ze moeten er wel in ieder geval aandacht aan besteden.

Interviewer: Heb je wel een realistisch beeld gekregen denk je?

Respondent 13: Ja. Het gaat vooral ook om gevoel. En die is bij mij positief.

Interviewer: [laat website zien] Wat is het beeld dat je hierbij krijgt van de hogeschool?

Respondent 13: Ik vind dat ze veel goede en duidelijke informatie op hun website zetten. Als ik dit allemaal zie, het is meer dan ik had verwacht, ze helpen je wel echt op weg heb ik het idee. Ze stoppen er wel veel moeite in om jou voor te lichten. Ja, veel informatie. Dat vind ik echt goed. Ik zie niet iets wat ik zou missen.

Interviewer: En wat vind je dat het uitstraalt?

Respondent 13: Nou het is niet te druk. Het straalt wel rust uit. Ja. Ik heb er niet zoveel op aan te merken.

Interviewer: [laat opleidingsbrochure zien] Wat roept dit allemaal bij je op?

Respondent 13: Dit vind ik op zich ook wel goed. Ik zou alleen in het boekje er ook wel bij zetten wat de plus en minpunten van een studie zijn. Dan kunnen leerlingen zich daar ook



bewust van worden. Dat er op deze school wel hard gewerkt moet worden. Dat zou ik wel zo eerlijk vinden. Ik zou je dan als hogeschool eerlijker vinden dan andere hogescholen die dat niet doen. Je bent dan realistisch. Niet alleen maar proberen mensen binnen te halen.

Interviewer: [laat het logo zien] Past dit bij het beeld dat jij hebt van Hogeschool Leiden?

Respondent 13: Ik begrijp het logo niet echt. Misschien dat je je eigen weg moet volgen? Maar het logo maakt me verder niet uit hoe dat eruit ziet. Ik vind het op zich wel gewoon passen.

Interviewer: En wat vind jij de kleuren van de hogeschool uitstralen?

Respondent 13: Ik krijg er wel een rustig gevoel bij. Serieus en betrouwbaar denk ik. Ik zou het wel tegenstrijdig vinden als ze bijvoorbeeld knalrood of knalgeel zouden zijn. Ik vind deze kleuren wel passen bij het persoonlijke van de hogeschool. Waarom precies weet ik ook niet. En alles past goed bij elkaar. Het zit allemaal wel mooi op één lijn.

Interviewer: Een aantal jaren geleden waren de kleuren van Hogeschool Leiden roze en paars. Veranderen je beeld van de hogeschool bij die kleuren?

Respondent 13: Oh dat lijkt mij totaal niet passen. Ik vind dit veel professioneler.

Interviewer: Wat zou jij nog meer nodig hebben van een hogeschool om een bewuste keuze te kunnen maken, naast alles dat al gedaan wordt?

Respondent 13: Een goede studiekeuzecheck zou wel helpen. En dan vanuit de middelbare school denk ik. Ik heb heel klasgenoten die niet weten wat ze willen. Ik denk dat zij daar wel veel aan hebben. Ze mogen hier [op de middelbare school] ook wel meer doen om jou te helpen en lijstjes geven van wat je allemaal kan doen. We hebben namelijk alleen de studiemarkt en veel leerlingen hebben daar ook niet echt zin in en gaan daar dan ook niet heen. Dus misschien zouden ze meer op de middelbare school moeten kijken hoe ze ons kunnen helpen. En misschien meer motiveren om naar de studiemarkt te komen en wat ze daar kunnen vinden vanuit de mentoren. Of studenten van verschillende opleidingen langs laten komen in klassen om iets erover te vertellen.

Interviewer: Zou je kiezen voor Hogeschool Leiden?

Respondent 13: Nou ik wil eerst kijken of ik binnen zou komen bij Verloskunde. Dat lijkt mij het allerleukst. En zo niet, dan staat Hogeschool Leiden zeker op de tweede plek. Dan wel Fysiotherapie.

Interviewer: Hoe zou je Hogeschool Leiden nog in een paar woorden willen omschrijven aan de hand van wat je allemaal van de hogeschool hebt meegekregen?

Respondent 13: Ik vond de school echt een goede sfeer hebben, een andere sfeer dan bij andere scholen. En ik voelde me wel echt op mijn gemak. Ik heb er niet veel op aan te merken. Ik vond het gewoon een leuke school.

Interviewer: Is er nog iets anders dat je aan mij kwijt zou willen?

Respondent 13: Nee hoor.

Bijlage VIII – Analyseschema's

Onderstaand zijn de analyseschema's met de belangrijkste informatie uit de verbatims weergegeven. De analyseschema's verdelen zich in de volgende onderwerpen:

1. Waarom kijken bij Hogeschool Leiden
2. Algemene indruk/totaalbeeld
3. Verschillen met andere hogescholen
4. Beeld bij uitstraling hogeschool
5. Beeld bij uiterlijke kenmerken
6. Beeld bij het gedrag van de ambassadeurs*
7. Welke informatie is bijgebleven
8. Realistisch beeld
9. Beeld bij opleidingsbrochure
10. Beeld bij website
11. Beeld bij duidelijkheid over uitvallers
12. Beeld bij duidelijkheid over wederkerigheid
13. Beeld bij enkel positieve informatie
14. Hoe communiceren uitvallers
15. Hoe communiceren wederkerigheid
16. Hoe communiceren realistische aspecten
17. Welke informatie heeft de scholier nodig
18. Hoe communiceren benodigde informatie
19. Wat heeft de scholier nog meer nodig voor een bewuste keuze
20. Zou de scholier kiezen voor Hogeschool Leiden
21. Suggesties/opmerkingen/ideeën

**= studenten, docenten en medewerkers van Hogeschool Leiden die de school tijdens de voorlichting vertegenwoordigden.*

Analyseschema 1

Analyseschema 1: Waarom kijken bij Hogeschool Leiden		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Kleinschalig	"Ik ben vorig jaar ook op enkele open dagen geweest en ook die van Hogeschool Leiden. Daar sprak de school mij erg aan omdat hij zo kleinschalig is."
2	Opleidingsaanbod	"Ik zocht iets waar ze medische opleidingen hadden en dit [Biologie en Medisch Laboratoriumonderzoek] sprak mij wel aan."
3	Opleidingsaanbod	"Ik wilde vooral kijken wat er allemaal is en welke scholen de opleidingen hebben die ik wil doen. Ik heb op internet gekeken naar welke hogescholen Sociaal Juridische Dienstverlening aanbieden en op basis daarvan ben ik langs die scholen geweest op de beroepenmarkt."
4	Geen specifieke reden	"Toen wilde ik eigenlijk nog meer hogescholen zien en wat zij mij te bieden hadden en ben ik langs Hogeschool Leiden gelopen. Niet perse met een specifieke reden."
5	Via bekenden – leuke school	"Een vriendinnetje van mij wilde kijken bij Hogeschool Leiden omdat ze er goede dingen over had gehoord dat het een leuke school was. Toen was ik met haar meegegaan."
6	Via bekenden	"Ik kende een aantal mensen via via waarvan ik veel goede

		ervaringen heb gehoord over de hogeschool en daardoor wilde ik graag komen kijken.”
7	Via bekenden	“Mijn nicht zit hier ook op school en doet ook de opleiding Sociaal Werk. Zij zei dat het hier heel erg leuk was (...)”
8	Goed bereikbaar – breed vakkenpakket	“Vooral omdat het goed bereikbaar is en ze hebben de opleidingen die ik zoek. En ik ben ook bij Hogeschool Utrecht geweest voor dezelfde soort studie, maar hier [Hogeschool Leiden] hadden ze een breder vakkenpakket en dat sprak me wel meer aan.”
9	Via bekenden – goed bereikbaar – opleiding staat goed aangeschreven	“Een aantal vriendinnen van mij zitten ook op deze school. Toen ik rondkeek waar je Communicatie kon studeren, wilde ik hier wel graag komen kijken. Het is ook goed bereikbaar. En ik las ook wel op het internet dat Hogeschool Leiden en de opleiding Communicatie hier goed aangeschreven staat.”
10	Opleidingsaanbod – goed bereikbaar – vergelijkingsmateriaal	“Ik heb gekeken naar verschillende hogescholen die de opleiding Communicatie aanbieden. Ik ben ook bij Avans Hogeschool in Breda geweest, maar ik wilde graag ook hier kijken omdat het ook niet te ver is. Sowieso is het wel handig om bij meer scholen langs te gaan om te kunnen vergelijken.”
11	Geen specifieke reden	“Nou ik liep eigenlijk gewoon rond en toen kwam er iemand van Hogeschool Leiden naar mij toe.”
12	Goed bereikbaar	“Ik wilde een beetje langs elke hogeschool gaan in de buurt.”
13	Leuke stad – opleidingsaanbod	“Nou ik vind Leiden sowieso een leuke stad. Dus als ik zou kunnen studeren in Leiden, dan zou ik dat heel erg leuk vinden. Toen zag ik bij de stand van Hogeschool Leiden wel studies die me aanspreken, daarom wilde ik gaan kijken.”

Conclusie schema 1: De respondenten hebben om verschillende redenen Hogeschool Leiden bezocht. Voornamelijk omdat zij via bekenden van de hogeschool hebben gehoord, het opleidingsaanbod en de bereikbaarheid van de hogeschool. Eén respondent benoemt dat de hogeschool goed aangeschreven staat. Enkele respondenten hebben geen specifieke reden of wilden vooral vergelijkingsmateriaal.

Analyseschema 2

Analyseschema 2: Algemene indruk/totaalbeeld		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Gezellig - persoonlijk	“Gezellig? Ze gaven wel aan dat, omdat het zo kleinschalig is, elke docent je wel bij de naam kent en niet dat je maar een nummer bent.”
2	Veel mogelijkheden – professioneel – hard werken	“Een goede hogeschool die je veel opties en mogelijkheden biedt. Dat als ik naar deze hogeschool zou gaan dat het wel moeilijk is en dat ik hard moet werken maar dat ik daarmee wel een goede toekomst kan hebben.”
3	Professioneel – aandacht voor de student	“Op zich wel goed ja. Ik vind het wel een professionele, goede school met veel aandacht voor de student”
4	Netjes en keurig – serieus	“Nou vooral dat het een van de serieuze scholen was die op de beroepenmarkt aanwezig waren. Dat bedoel ik niet negatief trouwens. Ik vind ook dat een school jou serieus moet nemen als je daar wil gaan studeren.”

5	Serieus - gezellig	"Dat ze wel serieus zijn maar ook een gezellige sfeer heeft. Dat ze wel veel doen met studenten; uitjes en andere activiteiten. Ze zeiden tijdens de presentaties wel dat het niet alleen leuk was, maar dat je ook als student serieus moest zijn."
6	Gezellig – sfeer	"Hele goede en gezellige sfeer."
7	Gastvrij – goede school	"Het gebouw is mooi, alles is duidelijk aangegeven. Leuke docenten, iedereen is vriendelijk. Goede begeleiding. Ik vind het wel eruit zien als een goede school."
8	Grote school	"Grote school, maar dat heb ik een beetje bij alle hogescholen [lacht]. Voor de rest weet ik het niet."
9	Huiselijk – diversiteit – comfortabel	"Ik vind het wel heel huiselijk. (...) Dus veel verschillende studenten zal je ook wel zien denk ik. Veel diversiteit laat ik het zo noemen. (...). Ja, ik zou de school wel omschrijven als comfortabel."
10	Geen beeld	"Zoals ik al zei heb ik niet echt een beeld omdat ik gewoon puur naar binnen ben gelopen en meteen naar de presentatie. Ik ben niet echt rond gaan kijken of zo."
11	Gezellig	"Ik weet het niet zo goed. Ik denk dat het wel een gezellige goede school is."
12	Geen beeld	"Maar ik kreeg niet echt heel veel informatie erover dus daar kan ik niet echt iets over vertellen. Ik kon er dus ook niet echt een beeld bij vormen. Dat is wel jammer."
13	Toegankelijk – sfeer	"Ik had wel de indruk dat ik op iedereen af kon stappen en de wel open en toegankelijk waren. Dus het was wel een goede sfeer."

Conclusie schema 2: De hogeschool laat verschillende beelden achter. Voornamelijk kent de hogeschool een benaming van gezellig, professioneel en de sfeer die in de school hangt. Ook noemen respondenten Hogeschool persoonlijk, toegankelijk en serieus. Een enkeling noemt de hogeschool gastvrij, huiselijk, divers en aandacht voor de student.

Analyseschema 3

Analyseschema 3: Verschillen met andere hogescholen

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Grootte – sfeer	"(...) de Haagse Hogeschool sprak mij totaal niet aan omdat het zo onwijs groot is. En ik weet niet zeker of het kwam door hun vakkenpakket of door de sfeer die in de school hing, maar het sprak mij totaal niet aan."
2	Geen verschil	"Dat weet ik niet echt meer. Ik denk dat ze allemaal wel een beetje hetzelfde waren."
3	Andere hogeschool meer 'leuk maken'	"Ik had wel het idee dat andere hogescholen je wat meer over probeerde te halen. Ik weet nog dat een hogeschool, ik weet niet precies meer welke, met leuke verhalen over studiereizen en studieverenigingen en zo. Daar kwam ik niet voor, dat soort dingen merk ik later wel. Ze gaven me wel antwoord op mijn vragen, maar lieten vooral ook zien wat er allemaal nog meer te doen is."
4	Serieuzer – realistischer	"Ik kreeg er een serieus gevoel bij. Anders dan de scholen die me vooral vertelden over hoe leuk het daar is en wat je allemaal in de stad kan doen en op kamers gaan en dergelijken."
5	Rommeliger	"Ik vond Hogeschool Leiden wel rommeliger vergeleken met Den

		Haag. Door dat rommelige beeld dat ik had gekregen wist ik niet meer zeker of ik wel naar Hogeschool Leiden wilde gaan.”
6	Sfeer – gezelliger – persoonlijker	“Ja, de sfeer heel erg. Veel gezelliger en persoonlijker.”
7	Sfeer – grootte	“Rotterdam vond ik een beetje oubollig. Ook iets massaler, Den Haag ook trouwens. Dit oogt wat sfeervoller.”
8	Sfeer	“(…) Hogeschool Leiden straalt wel meer echt een school uit. Ook qua sfeer.”
9	Sfeer – persoonlijk	“Qua sfeer sowieso wel denk ik. (...) Bij andere scholen ben je meer een van de vele studenten, en hier heb ik meer het idee dat ze je wel ook echt persoonlijk kennen.”
10	Geen verschil	“Een groot verschil heb ik niet echt gemerkt eigenlijk.”
11	Wat ze vertelden	“De andere scholen hadden het wel meer over hun opleidingen en zo en Hogeschool Leiden meer over de sfeer. Maar misschien kwam dat ook omdat er niemand stond die mij wat kon vertellen over de opleiding die ik wilde doen.”
12	Eigen initiatief – voorlichtend	“(…) Dat was wel een beetje anders dan andere scholen. Hij kwam namelijk naar mij toe en begon met dingen te vertellen.”
13	Meer bezig met voorlichten	“Maar ik denk eigenlijk ook wel dat het een voordeel is dat jullie niet zo uitbundig zijn. Vooral als je niet perse bezig bent met werven maar meer met voorlichten.”

Conclusie schema 3: Hoewel enkele respondenten geen grote verschillen zien, benoemen respondenten over het algemeen de sfeer en grootte als onderscheidend punt. Ook komt naar voren dat de hogeschool meer bezig is met voorlichten dan werven. Er is één respondent die de hogeschool als rommelig beschouwt.

Analyseschema 4

Analyseschema 4: Beeld bij uitstraling hogeschool

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Open – vriendelijk - behulpzaam	“Het bevestigde mijn sfeergevoel bij de school wel. Open, vriendelijk en behulpzaam.”
2	Vriendelijk – behulpzaam	“Ik vond ze vriendelijk en behulpzaam.”
3	Professioneel – open – vriendelijk	“Professioneel, open, vriendelijk.”
4	Voorlichtend – aura	“Het geeft mij wel een beeld dat zij dan meer aandacht besteden aan je echt voorlichten dan je aantrekken om je binnen te halen. Zo’n stand moet wel de aura van de hogeschool uitstralen. Het moet wel uitstralen waar de hogeschool bekend om staat. Dat gevoel wil je terugzien.”
5	Gezellig	“Die gezellige sfeer merkte je wel.”
6	Sfeervol	“Sfeervol. Er hangt een bepaalde sfeer die bij andere scholen afstandelijker is.”
7	Mooi – gezellig	“Ik vind dat het wel een mooie, gezellige school is. Dat straalt het wel uit.”
8	Behulpzaam	“Behulpzaam. Wel willig om je te helpen en al je vragen te beantwoorden.”
9	Sfeer – erbij horen	“Nou ik bedoel vooral dat de sfeer heel erg aanvoelt als dat je er bij mag horen. Het maakt niet uit wie je bent, hier kan je je ei

		kwijt.”
10	Gezellig	“Ja, het heeft wel een gezellige uitstraling.”
11	Geen beeld	“Ik heb daar geen beeld bij nu.”
12	Geen beeld	“(…) maar het zou wel fijn zijn als je gelijk wel al een sfeerbeeld zou zien. Dat kreeg ik bij andere scholen wel meer.”
13	Gezellig – voorlichtend	“Jullie waren niet heel erg uitbundig of zo. (…). Ik vond het er ook wel gezellig uitzien gelijk eigenlijk.” – “Vooral als je niet perse bezig bent met werven maar meer met voorlichten. Die indruk kreeg ik wel bij jullie.”

Conclusie schema 4: Over het algemeen straalt de hogeschool openheid en vriendelijkheid. Tevens herkennen respondenten de gezellige sfeer in de uitstraling. Professioneel, vriendelijk en behulpzaam zijn ook typerend bij de uitstraling van Hogeschool Leiden.

Analyseschema 5

Analyseschema 5: Beeld bij uiterlijke kenmerken		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Netjes	“Volgens mij was het wel netjes.”
2	Minder moeite vergeleken met andere scholen	“Ik vond het wel duidelijk. Ze hadden en tafel en boekjes. Misschien wel een beetje weinig in vergelijking met andere hogescholen die er stonden. Die hadden echt allemaal banners en posters en boeken van de opleidingen en Hogeschool Leiden had niet zoveel. Dat gaf mij eigenlijk wel een beeld van de school dat ze er niet zoveel moeite in steken.”
3	Rustig – betrouwbaar – goed georganiseerd	“Het boekje is ook mooi vormgegeven; rustig, de kleuren geven een betrouwbaar gevoel dat groen en blauw. De vormgeving laat mij denken dat ze goed georganiseerd zijn in hun communicatie en de student wel echt belangrijk vinden.”
4	Professioneel – netjes – serieus	“Ze maken veel gebruik van wit, blauw en groen. Dat past wel bij het professionele en keurige beeld dat ik van de hogeschool heb. Het is heel netjes en serieus. Niet chaotisch.”
5	Straalt de sfeer uit	“(…) maar ik vind het wel belangrijk dat ze ook wel een beetje de sfeer erbij betrekken.”
6	Zekerheid – rust – synchroon – passend	“Ja, straalt toch wel een soort zekerheid uit zeg maar. Er hangt een bepaalde rust; het gebouw, de boekjes, de presentaties, de stands. Alles is wel synchroon en passend.”
7	Duidelijk – sfeervol – foto's van studenten	“Alles is duidelijk en ze helpen je echt met wat je zoekt. Het geeft echt een school gevoel maar dan op een sfeervolle manier. Ik denk dat ze wel veel voor studenten doen om het op hun gemak te maken. Ook de foto's die je in de school ziet hangen van studenten en zo.”
8	Uitnodigend – sfeer – betrouwbaar	“Het gebouw spreekt aan, het nodigt je uit. Zoals ik al zei, het straalt echt sfeer uit. Ik vind ook dat de kleuren die ze gebruiken heel vertrouwelijk overkomen. Niet zo schreeuwerig, dat past wel.”
9	Foto's van studenten – licht – open – uitnodigend	“Jazeker. Er hangen foto's van studenten, je hebt veel 'ontmoetingsplekken', een licht en open gebouw en de kleuren nodigen je echt uit.”
10	Open – licht	“Ik vind het wel een open en licht gebouw.”

11	Mag professioneler – mag meer moeite – past niet bij duidelijkheid	“Ik denk als je een hele professionele stand zou hebben die alles heeft waar alles ligt wat je zoekt, beeldmateriaal, boekjes, schoolboeken, foto’s en dat soort dingen, dat je dan wel een goede school bent die moeite ook doet zeg maar.” – Logo: “Past niet echt bij de duidelijkheid die ik eerst van de hogeschool heb gezien.”
12	Weg naar de toekomst – consistentie – professioneel – rust	“Het lijkt op een weg naar de toekomst of zo? Ik weet niet of ze dat bedoelen. Vind ik wel leuk bedacht en passend. Maar weet niet of iedereen dat meteen ziet hoor. Maar ik snap het wel.” – “En ze doen alles in hetzelfde thema, dat vind ik ook goed en professioneel eruit zien. De kleuren stralen wel een beetje rust uit”
13	Eigen weg volgen – rust – serieus – betrouwbaar – consistent	“Ik begrijp het logo niet echt. Misschien dat je je eigen weg moet volgen?” – “Ik krijg er wel een rustig gevoel bij. Serieus en betrouwbaar denk ik.” – “Het zit allemaal wel mooi op één lijn.”

Conclusie schema 5: Hierin noemen de respondenten verschillende aspecten. Opvallend is dat de respondenten hier ook weer de sfeer benoemen. Dit drukt zich uit in het gebruik van foto’s en het gebruik van kleuren. De respondenten voelen rust, openheid en consistentie. Twee respondenten merken echter wel op dat de hogeschool meer moeite mag steken in de stands tijdens voorlichtingsmarkten.

Analyseschema 6

Analyseschema 6: Beeld bij het gedrag van de ambassadeurs

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Eigen initiatief – voorlichtend	“Toen ik daar stond kwam een student die deze studie ook deed meteen op mij af om mij te informeren over hoe het op die school is en hoe het op de opleiding is.”
2	Open – behulpzaam – eigen initiatief	“Ik vond het aan de andere kant wel fijn van de studenten bij de stand erg open waren en je meteen kwamen helpen. Ze vroegen ook meteen aan mij waar ik naar op zoek was.”
3	Behulpzaam – serieus	“Ze waren heel behulpzaam op de beroepenmarkt en konden me wel het een en ander vertellen. Als ik meer wilde weten, verwezen ze me naar de website of naar de open dag. Ik snap wel dat je niet alles kan weten natuurlijk en volgens mij wilde ze mij ook niet de verkeerde informatie geven als ze dingen niet 100% wisten. Ja, door dat vind ik wel dat ze je serieus willen helpen.”
4	Serieus – voorlichtend	“Het was erg serieus. Het ging meteen over wat je kon verwachten en hoe alles opgebouwd is.”
5	Geen contact	“(…) ik praat liever niet echt met de mensen die daar rondlopen of voor de stand staan. Ik heb altijd het idee dat ze precies weten wat ze moeten zeggen zodat ze de school niet in een negatief daglicht zetten”
6	Open – toegankelijk – eigen initiatief – gastvrij	“Ja goed, open en toegankelijk. Ze stapten ook zelf meteen op je af om je vragen te beantwoorden. Dat geeft mij wel een beeld dat de hogeschool heel gastvrij is, wat ik ook wel had verwacht.”
7	Vriendelijk	“(…) iedereen is vriendelijk.”
8	Behulpzaam –	“Behulpzaam. Wel willig om je te helpen en al je vragen te

	eigen initiatief	beantwoorden.” – “Echt iedereen was heel aardig en nam echt initiatief om je te helpen.”
9	Afstandelijk – niet toegankelijk bij presentatie en campus	“Ik ben ook even naar de campus gestaan waar die kraampjes stonden. Maar daar waren ze een beetje afstandelijk vond ik wel. Niet echt heel open; dat je makkelijk naar binnen zou kunnen en je vragen kon stellen. Dat miste ik daar wel heel erg. Daarom heb ik het ook niet gedaan. Er was niemand echt die je opving. Ik ben er alleen doorheen gelopen en ik wist niet eens dat je daar met mensen kon praten, dat werd niet verteld in de presentatie.” – “Ik dacht dat ze meer toegankelijk en open zouden zijn. Zo leek het wel op de website denk ik. Zo’n gevoel kreeg ik wel door hoe het taalgebruik was op de website en hoe alles daar staat aangegeven. Dan lijken ze wel persoonlijk en toegankelijk of zo. Maar dat miste ik vandaag totaal. Zowel in de presentatie als bij die campus. Ik weet niet of ik nog wel terug zou willen.”
10	Behulpzaam – eigen initiatief – toegankelijk	“Ja wel behulpzaam. Ze namen ook veel zelf initiatief om je te helpen. (...) Wel toegankelijk”
11	Niet goed geïnformeerd	“(…) Maar ik had wel gehoopt dat hij er in ieder geval iets van wist en mij iets meer kon vertellen dan alleen dat ze de opleiding wel hadden op de hogeschool.”
12	Open – eigen initiatief	“Ja hij was wel open. Dat was wel een beetje anders dan andere scholen. Hij kwam namelijk naar mij toe en begon met dingen te vertellen.”
13	Toegankelijk – gastvrij	“Ja ik had wel het idee dat ik al mijn vragen kon stellen. Ze waren heel gastvrij.”

Conclusie schema 6: Over het algemeen beschouwen respondenten de ambassadeurs als open, vriendelijk, behulpzaam en voorlichtend. Ook zien zij dat de ambassadeurs meer eigen initiatief nemen om op hen af te stappen. Een negatieve ervaring volgt van een respondent die de hogeschool tijdens de presentatie en in de campus afstandelijk vond. Ook merkt een respondent op dat tijdens de voorlichtingsmarkt enkele kennis over de opleiding naar keuze ontbrak.

Analyseschema 7

Analyseschema 7: Welke informatie is bijgebleven		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Verwachting – ervaring – niet wervend	“Hij beschreef wat ik kon verwachten, over stages en minoren. Ik stelde ook meer persoonlijke vragen over hoe hij het ervaart. Die ervaringen deelde hij wel. Dat gaf mij ook een open en eerlijk beeld van de hogeschool.” – “Wat mij opviel is dat hij zei dat hij niet slecht zou praten over andere hogescholen zodat ik eerder geneigd zou zijn om naar Hogeschool Leiden te gaan.”
2	Opleidingsaanbod – vakken	“Welke studies ik kon doen en een beetje wat voor vakken je daarbij had. Dat je veel in het lab moet werken. Verder weet ik het niet zo heel goed meer. Maar dat is wel blijven hangen. Je moet namelijk heel veel in het lab werken en dat vond ik heel leuk.”
3	Inhoudelijk - toekomstperspectief	“Ze vertelde me vooral wat ze deden in lessen en welke kanten ik met de studie op kan. Dat vroeg ik ook vooral. Ja, ze gaven

		vooral antwoord op mijn vragen.”
4	Inhoudelijk – antwoord op alle vragen	“Ze gaven vooral informatie over de studies waar ik naar op zoek was.(...) Ik weet wel dat ze op al mijn vragen antwoord konden geven. Dat vond ik fijn. Draagt bij aan het serieuze. Ze nemen je dus wel serieus en doen zo gezegd genoeg research om jou de juiste informatie geven.”
5	Inhoudelijk – studentenstad	“Ze vertelden mij welke kanten ik met de studie op kan en hoe elk jaar van de opleiding eruit ziet; wat je ging doen en de projecten.” – “Het ging dan vooral over dat Leiden een studentenstad is.”
6	Inhoudelijk	“Hoe de studie in elkaar zit.”
7	Kwaliteiten / competenties	“Dat je niet bang moet zijn om je kwetsbaar op te stellen en op mensen af moet stappen. Dat je creatief moet denken om tot bepaalde ideeën te komen waar je mensen mee kan helpen”
8	Algemeen – verwachting – toelatingseisen	“Heel algemeen, eigenlijk. Ze vertelden vooral het grote beeld van wat je kan verwachten en wat je moet doen om toegelaten te worden.”
9	Inhoudelijk – miste wel opbouw en ervaringen	“Wat de opleiding inhoudt. Welke projecten je doet tijdens de opleiding. Ik miste wel een beetje de opbouw van de studie tijdens de presentatie en wat je elk jaar precies gaat doen. (...) Dus meer uitgebreid met ervaringen erbij.”
10	Mag inhoudelijker – ging teveel over tevredenheid	“Het mag misschien wat inhoudelijker vooral over de vakken bijvoorbeeld. Er werd wel verteld over welke vakken je had, maar niet echt wat je er precies ging doen. Ik vind dat het nog wel wat meer mag gaan over de inhoud van de opleiding en wat minder over hoe tevreden studenten bij de opleiding zijn.”
11	Leuke stad – diversiteit	“Hij zei wel dat het een leuke stad is en de school heel veel verschillende studenten heeft.”
12	Kleine school – gezellige sfeer – persoonlijk	“Dat het een beetje een kleine school is en een gezellige sfeer heeft. Hij zei ook dat iedereen elkaar kende en dat het anders was dan andere scholen.”
13	Praktijk	“Bij de les van Fysiotherapie moesten we ook wel veel doen. Ik ben wel iemand die tijdens mijn studie ook wel veel praktische dingen wil doen dus dat vond ik wel heel erg leuk.”

Conclusie schema 7: Met name de inhoudelijke informatie over de opleidingen is bijgebleven. Enkele respondenten voegen hier nog eigen ervaringen, kleinschaligheid, voorlichtend in plaats van wervend en de gezellige sfeer aan toe. Een respondent geeft wel aan dat de presentatie die zij heeft bijgewoond niet inhoudelijk genoeg was en teveel aandacht vestigde op de tevredenheid van studenten.

Analyseschema 8

Analyseschema 8: Realistisch beeld		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Alle informatie – eerlijk – ruimte voor eigen keuzes	“Ik vind dus wel dat Hogeschool Leiden mij de informatie gaf die ik nodig had en ik voelde wel dat ze daar eerlijk in waren.” – “Het gaf mij wel een beeld dat Hogeschool Leiden een stuk eerlijker is en je meer ruimte geeft voor je eigen keuzes.”
2	Wel	“Ja. Ik zou niet weten waarom niet. Ze hebben niks leuker gemaakt dan dat het is heb ik het idee gekregen. Dat is wel

		goed.”
3	Wel – weet je pas echt als je begint	“Ik denk het wel. Ik hoop het wel [lacht]. Je weet het natuurlijk pas echt als je begint, maar ik denk niet echt dat ze informatie achter gehouden hebben.”
4	Geen reden om niet te vertrouwen	“Dat weet ik niet. Maar ze hebben mij niet een reden gegeven ze niet te vertrouwen laat ik het zo zeggen.”
5	Wil persoonlijke ervaringen in informatieboekjes	“Dat vind ik moeilijk om te zeggen. Ik heb natuurlijk niet echt met iemand gesproken en je kan niet echt persoonlijke ervaringen krijgen in boekjes. Of wel? Misschien kunnen ze dat ook meer doen. Maar ja, je weet het eigenlijk nooit.”
6	Meer studenten tijdens presentaties	“Over het algemeen wel. Misschien kunnen ze meer studenten aan het woord laten tijdens de presentaties. Die weten echt hoe ik me ga voelen tijdens de studie.”
7	Wel	“Ik vind dat ik wel een realistisch beeld heb gekregen.”
8	Kijk ook naar andere scholen	“Ja zeker wel. Ze gaven zelfs aan dat als je toch iets anders zoekt dan wat ze hier [Hogeschool Leiden] hebben welke andere scholen je zou kunnen bekijken en dat je je zo breed mogelijk moet oriënteren qua scholen om voor jou de beste te kiezen.”
9	Van de studenten wel, van docenten niet	“Nou op zich, van de studenten die ik sprak wel. Die gaven volgens mij wel een realistisch beeld en zeiden zelfs dat ze wel stress hadden. Maar van de docenten niet echt. Die leken mij meer een leuk verhaal te vertellen dan echt eerlijk te zijn. Ik weet het niet. Zo’n gevoel krijg je erbij vind ik.”
10	Kan realistischer door meer inhoud en minder tevredenheid studenten	“Maar ik denk op zich wel dat ik een realistisch beeld heb gekregen. [ik denk wel dat het kan verbeteren] Ik denk dat de mevrouw die de presentatie van Communicatie gaf wel drie keer de lijst heeft opgenoemd waarin staat waarom je voor Hogeschool Leiden zou kunnen kiezen. Ze zei ook wel dat je bij andere scholen ook moest kijken maar het was wel telkens weer die lijst met 5 a 6 punten en dat heeft ze drie keer herhaald. Toen dacht ik wel dat dat niet het enige is waar het om gaat als je wil kiezen.”
11	Denkt het wel	“Ik denk wel dat wat hij zei klopt. Maar hij zei niet heel veel.”
12	Wel	“Ja, dat denk ik wel. Dat straalde het op alle kanten wel uit.”
13	Wel – gevoel	“Ja. Het gaat vooral ook om gevoel. En die is bij mij positief.”

Conclusie schema 8: Over het algemeen hebben de respondenten het idee dat ze een realistisch beeld hebben gekregen. Een enkeling geeft aan dat ze dit pas kunnen bevestigen als ze zelf beginnen op de hogeschool. Ook geven respondenten aan dat het realistische beeld op de open dag voornamelijk kwam van studenten en minder van docenten. Een respondent geeft aan dat de persoonlijke ervaringen meer in de informatieboekjes mag staan en een ander dat de presentatie die zij heeft bijgewoond realistischer had gekund.

Analyseschema 9

Analyseschema 9: Beeld bij opleidingsbrochure

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Bevat alle essentiële informatie – duidelijk en	“Ik vind dat Hogeschool Leiden heel erg duidelijk is in de communicatiemiddelen die zij geeft. De brochures et cetera hebben meteen de informatie die ik zoek; hoe elk jaar van de studie is opgebouwd en wat je kan verwachten. Je krijgt dat

	overzichtelijk	meteen duidelijk en allemaal overzichtelijk te zien. Kort maar krachtig. Alle essentiële informatie waar ik naar op zoek was over studiepunten en propedeuse.”
2	Laat zien of het bij je past – meer aandacht aan beroepen	“Ik vind het fijn dat ze laten zien of het bij je past. Zo kun je dan zelf goed die afweging maken. Ook vind ik het heel goed dat ze laten zien wat je ermee kan worden. Ze kunnen hier nog wel meer aandacht aan besteden door echt te laten zien hoe die beroepen eruit zien en hier een beeld van geven.”
3	Volledig – goed georganiseerd – voorlichtend	“Ik vind dit wel een volledig boekje; ze beschrijven elk jaar en de banen die je ermee kan doen. Dit geeft me wel een duidelijk beeld. Ik vind dit wel professioneel. Goed georganiseerd. Ze hechten waarde aan wat ik belangrijk zou vinden in mijn keuze voor een opleiding.”
4	Meer aandacht besteden aan of het bij mij zou passen	“Wat mij opvalt is dat het stuk over of het bij mij zou passen op een van de laatste pagina’s staat en maar een klein stukje is. Mijn ervaring is dat je juist als eerste op zoek bent naar deze informatie, dus dit zou veel eerder aan bod moeten komen. Wel vind ik het goed dat ze veel informatie besteden aan de opbouw van de studie en wat je kan verwachten.”
5	Ervaringen van studenten – goed beeld	“Het valt mij op dat ze aandacht besteden aan de ervaringen van studenten. Volgens mij heb ik dat nog niet echt gezien bij andere hogescholen. Ik vind het wel goed dat ze dat doen. Die informatie vind ik wel belangrijk.”
6	Duidelijk	“Is wel duidelijk. Ik vind het wel gewoon goed. Er is niet echt iets dat ik mis. Ik krijg er niet specifiek een beeld bij.”
7	Duidelijk – consistent	“Het is wel duidelijk. Het past wel bij alles wat ze ook in de presentaties en voorlichtingen aan je vertellen.”
8	Consistent – misschien meer sfeerimpressies	“Hetzelfde als bij de website. Het is heel consistent. Ik heb niet het idee dat ik informatie misloop. Misschien kunnen ze wel meer sfeerimpressies in de boekjes zetten, net als bij de website. Dan krijg je er ook een gevoel bij.”
9	Persoonlijk – duidelijk	“Ja, ik zie een beetje hetzelfde als op de website. Dat persoonlijke. Door aan te geven waarom het bij jou kan passen en dat soort dingen. Ik vind het een goed informatieboekje hoor. En goede website overigens. Het is wel duidelijk en in een persoonlijke taal geschreven allemaal.”
10	Alle informatie – duidelijk	“Ja dat is gewoon goed denk ik. Er staat wel alles in en het is duidelijk geschreven.”
11	Duidelijk – goed – serieus	“Er stond goede en duidelijke informatie in. Het kwam wel goed en serieus op mij over.”
12	Goed over nagedacht	“Eigenlijk wel hetzelfde als bij de website. Goed over nagedacht.”
13	Mag inhoudelijker met plus en minpunten	“Dit vind ik op zich ook wel goed. Ik zou alleen in het boekje er ook wel bij zetten wat de plus en minpunten van een studie zijn. Dan kunnen leerlingen zich daar ook bewust van worden. Dat er op deze school wel hard gewerkt moet worden. Dat zou ik wel zo eerlijk vinden. Ik zou je dan als hogeschool eerlijker vinden dan andere hogescholen die dat niet doen. Je bent dan realistisch. Niet alleen maar proberen mensen binnen te halen.”

Conclusie schema 9: Respondenten vinden de informatieboekjes duidelijk en consistent. Ook benoemen ze het als volledig. Wat de respondenten belangrijk achten in de informatieboekjes is het beroepenveld, waarom de opleiding bij de scholier past, sfeerimpressies en ervaringen en de plus- en minpunten.

Analyseschema 10

Analyseschema 10: Beeld bij website

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Trekt aandacht – behulpzaam – alle informatie	“Het trekt meteen mijn aandacht. Niet chaotisch, gewoon goed. Je kan meteen vinden wat je zoekt en aanmelden voor de open dag als je dat wil. Dat behulpzame zie ik hier wel in terug. Ze zorgen dat jij in één oogopslag alle informatie bij de hand hebt of in ieder geval makkelijk kan vinden. Dat vind ik erg goed.”
2	Veel informatie – duidelijk – meer aandacht aan beroepen	“Die is ook heel goed. Alles staat er denk ik wel en het staat er duidelijk. Ze geven je veel informatie. Alleen ja, ik denk misschien wel meer over de beroepen net als bij de boekjes.”
3	Volledig – professioneel – overzichtelijk	“Dit is net zo volledig als het boekje denk ik. Misschien zelfs meer, dat kan denk ik ook wel op een website. Ja. Wel professioneel dat ze alles zo overzichtelijk neerzetten in plaats van dat je echt zou moeten zoeken.”
4	Netjes – keurig – duidelijk – spreekt aan	“Dit is weer precies dat nette en keurige wat ik verwacht had. Ik heb sites gezien van scholen die echt niet aanspreken en niet duidelijk zijn. Dit is dat wel. Ja, ik zou hier wel onder de indruk van zijn.”
5	Aandacht aan of het bij je past – meer uitbreiden – overzichtelijk	“Ik vind het goed dat ze aandacht besteden of het bij je past. Ze kunnen dat misschien wel nog meer uitbreiden, ik weet alleen niet zo goed hoe. Die studiekeuzetest wat meer uitlichten denk ik. Alles is verder overzichtelijk. Overzichtelijker dan wat ik van de hogeschool heb gezien toen ik ze bezocht.”
6	Duidelijk	“Is wel duidelijk. Ik vind het wel gewoon goed. Er is niet echt iets dat ik mis. Ik krijg er niet specifiek een beeld bij.”
7	Veel informatie – vindbaar – overzichtelijk – leuke test	“Ik vond het een erg goede website. Ze geven je veel informatie en je kan alles goed vinden. Ik vind het goed dat ze alles zo overzichtelijk maken in kopjes en per opleiding en gebied zeg maar. En die test was ook erg leuk en origineel.”
8	Duidelijk – sfeerimpressies – komt overeen – in lijn	“Nou het is heel duidelijk. Ik vind het ook fijn dat ze sfeerimpressies laten zien op de website en bij de opleidingen. Die komen ook overeen met wat ik hier allemaal zie. Ze geven je wel alle informatie die mogelijk is. Ik zou het zeker niet anders doen. Alles is goed in lijn.”
9	Open – toegankelijk – persoonlijk	“Ik dacht dat ze meer toegankelijk en open zouden zijn. Zo leek het wel op de website denk ik. Zo’n gevoel kreeg ik wel door hoe het taalgebruik was op de website en hoe alles daar staat aangegeven. Dan lijken ze wel persoonlijk en toegankelijk of zo.”
10	Duidelijk – overzichtelijk – sfeerbeelden	“Die is ook duidelijk en overzichtelijk. Het is wel een mooie website waar je de informatie makkelijk kan vinden. Ik had dat ook toen ik thuis op de website keek. Alles staat in het begin en als je verder klikt krijg je steeds meer informatie. Leuk ook die sfeerbeelden.”

11	Overzichtelijk – serieus – alle informatie	“Ik vind het er heel goed uitzien. Het is goed ingedeeld. Het ziet er mooi uit. Ze nemen je volgens mij wel serieus. Ze hebben allerlei soorten informatie. Dat is wel echt goed.”
12	Alle informatie – professioneel	“Ze hebben denk ik wel echt alle informatie die je nodig hebt. Dat is goed. Professioneel. Ook heel goed dat ze informatie geven over de toekomst wat je kan gaan doen.”
13	Alle informatie – duidelijk – stoppen veel moeite in studenten	“Ik vind dat ze veel goede en duidelijke informatie op hun website zetten. Als ik dit allemaal zie, het is meer dan ik had verwacht, ze helpen je wel echt op weg heb ik het idee. Ze stoppen er wel veel moeite in om jou voor te lichten. Ja, veel informatie. Dat vind ik echt goed. Ik zie niet iets wat ik zou missen.”

Conclusie schema 10: De respondenten omschrijven de website eveneens als volledig, duidelijk en overzichtelijk. Ze waarderen de sfeerbeelden en dat het aandacht besteed aan wat de student nodig heeft. Het roept een professioneel, toegankelijk en persoonlijk beeld op.

Analyseschema 11

Analyseschema 11: Beeld bij duidelijkheid over uitvallers

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Eerlijk – realistisch – voorlichtend i.p.v. wervend	“Cijfers over uitvallers kan mij alvast een beeld geven over wat ik kan verwachten, hoe moeilijk de studie is en ben ik wel in staat om de studie te doen.” – “Een eerlijk en realistisch beeld. Niet perse bezig met studenten binnenhalen maar echt eerlijk laten zien wat je kan verwachten.”
2	Hard werken – professioneel – serieus	“Ik denk dat ik dan harder zou moeten werken om naar zo'n hogeschool toe te gaan. Dat geeft mij een goed beeld over hoe zwaar een opleiding is. Dan kan ik ook goed nadenken over of ik het wel aankan. Als een hogeschool dat zou communiceren zou dat mij wel een professionele en serieuze indruk geven.”
3	Uitdaging – veel werkgelegenheid – kwaliteit	“(…) sommige mensen zouden zich dan aangesproken voelen om zo'n uitdaging aan te gaan. Ook relateer ik het wel aan dat er dan waarschijnlijk veel werkgelegenheid is omdat niet veel studenten de opleiding afmaken. (...) Ik denk dat dit wel bij zou dragen bij het beeld van de kwaliteit van de hogeschool; dat ze waarde hechten aan kwaliteit.”
4	Serieus – eerlijk – voorlichtend	“Ik vind het goed als een school je hier informatie over geeft en ik vind dat je zo'n school wel serieus kan nemen en als eerlijk kan benoemen. Op zo'n manier helpt een school je ook met het goed kiezen van een studie als ze waarschuwen om welke redenen studenten afvallen. Dat waardeer ik wel. Dan kan ik ook bijvoorbeeld kijken naar het profiel van de mensen die afvallen, bijvoorbeeld dat ze geen affiniteit hadden met een bepaald onderwerp binnen de studie, en of ik dan wel de studie nog moet kiezen als ik ook onder zo'n profiel val.”
5	Betrouwbaar	“Ik zou je dan ook betrouwbaarder vinden als hogeschool. Dat je echt wordt behoed om een goede keuze te maken en dat de school dat ook belangrijk vindt dat je dat met alle beschikbare informatie doet.”
6	Beter beeld –	“Ja wel beter denk ik. Dan weet je ook hoe moeilijk het is

	beter over nadenken	bijvoorbeeld en ga je er even wat beter over nadenken.”
7	-	“(…) ik vind niet dat ze daar aandacht aan hoeven te besteden.”
8	Eerlijk	“Dat vind ik wel eerlijk, dat je niet pas tijdens de studie erachter komt dat het toch moeilijker is dan dat ze eerst zeiden.”
9	Realistisch – weten dat het niet alleen maar leuk is	“Ik zou het wel reëel vinden want volgens mij gebeurt het wel veel. (...) Het zou wel bijdragen aan het beeld dat ik van de school heb. Nu is het nog wel veel van hoe leuk het is, maar zo zou je wel weten dat het niet alleen maar leuk is”
10	Realistisch – eerlijk	“Realistisch en eerlijk.”
11	Beeld van de studie – past het bij jou	“Zo zou je wel weten hoe zo’n studie echt aan het werk gaat. (...) zo zou je er wel beter over na kunnen denken over wat dingen kunnen zijn waardoor je het misschien niet gaat halen.
12	Vorbereidend	“Ik denk dat ik dan wel een beter beeld zou krijgen. Dan weet je dat alvast van te voren en merk je het niet pas als je daar al aan het studeren bent.”
13	Trekt juiste studenten aan	“Ik denk dat dan minder mensen de verkeerde keuze gaan maken en dat ze meer gaan nadenken of het voor hen wel echt de goede keuze is.”

Conclusie schema 11: De respondenten, op één respondent na, hebben behoefte aan informatie over de uitvallers, omdat dit een realistisch en eerlijk beeld schept en helpt bij het maken van een keuze. Ook geeft een respondent aan dat het benoemen van de uitvallers de juiste studenten aan zal trekken.

Analyseschema 12

Analyseschema 12: Beeld bij duidelijkheid over wederkerigheid

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Streng – serieus – trekt juiste studenten aan	“Dit zou me wel een beeld geven van een strenge en serieuze school, maar dat vind ik wel goed. (...) Je weet dan ook zeker dat het een serieuze keuze is en dat je er ook echt voor moet gaan. Ik denk dat die informatie wel de juiste mensen zou trekken die ook bereid zijn om inzet te tonen en niet dat je alleen een opleiding voor de lol doet.”
2	Strenger – beter	“Het zou mijn beeld van de hogeschool wel veranderen; [de hogeschool is] strenger maar ook beter.”
3	Geen toelatingstoets	“Ik ben zelf niet van het maken van toetsen voordat je ingeschreven kan worden.”
4	Studiekeuzetest door middelbare school	“Als je al bewust die keuze hebt gemaakt, moet een hogeschool daar vertrouwen in hebben. En het helpen bij het maken van die bewuste keuze ligt bij de middelbare school.”
5	Moeite doen – kwaliteit	“Dat ze de moeite die ze in jou steken ook wel terug verwachten en dat je dan ook echt je best moet doen op de hogeschool. Een hogeschool die niet zomaar mensen opleidt maar vooral ook veel aandacht besteed aan kwaliteit.”
6	Realistisch	“Ik zou het wel realistisch vinden als ze daar iets over zouden zeggen.”
7	Eerlijk	“Zolang ze maar wel eerlijk zijn over hoe zwaar je het kan verwachten.”

8	Serius – niet anders dan bij anderen	“Het is heel serieus allemaal. Maar die indruk heb ik ook bij andere hogescholen wel gekregen.”
9	Zelfstandig	“Ja je moet wel zelfstandig zijn op een hogeschool denk ik. Het zal vast anders zijn dan een middelbare school; je wordt niet meer aan de hand gehouden.”
10	Vorbereid – realistisch	“Dat zou wel beter zijn. Dan weet je ook wat je te wachten staat. Het is wel handig als je weet hoeveel moeite je er in moet steken en dat je niet daar later achter komt of zo. Dat je daar op voorbereid wordt. Dat is wel zo realistisch.”
11	Motiverend – goed	“Ik zou het wel zien als een motiverende school waar je goed je best moet doen. Als je dat aanspreekt zou het wel een goede school voor je zijn.”
12	Trekt juiste studenten aan	“Ik denk dat je dan wel veel gemotiveerde studenten aantrekt als je dat zou vertellen. Ik denk dat leerlingen die niet perse zin hebben om veel moeite ook buiten school in hun opleiding te steken dan minder snel naar jou toe zouden gaan. Misschien heb je dan ook minder uitvallers [lacht].”
13	Bewustwording	“Dat maakt mensen wel meer bewust in het maken van hun keuze.”

Conclusie schema 12: De respondenten hebben ook bij het krijgen van informatie over de wederkerigheid een eerlijk beeld dat de juiste studenten aan zal trekken. Wel geloven de respondenten dat dit bijdraagt aan een strenger en serieuzer beeld van de hogeschool. Het communiceren hierover draagt bij aan voorbereiding, motivatie en bewustwording. Over het maken van toelatingstoetsen zijn twee respondenten echter niet enthousiast; dat moet mij de middelbare school liggen.

Analyseschema 13

Analyseschema 13: Beeld bij enkel positieve informatie		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Minpunten geven eerlijk beeld	“ik zou ze wel heel eerlijk vinden als ze dat ook duidelijk zouden zeggen. Dat is wel goed ja.”
2	Heeft behoefte aan eerlijkheid	“Ik wil zowel positieve als negatieve punten horen. Ik wil er niet later pas achter komen (...) Dus ze moeten wel eerlijk zijn in wat ze aan mij vertellen als ik hun bezoek.”
3	Wervend – heeft behoefte aan een realistische betrouwbare school	“Ik zou dan wel even nog een paar keer nadenken voordat ik mij echt inschrijf voor die hogeschool. Je weet namelijk niet of je dan realistische informatie hebt gekregen, dus je zou dan zelf nog op zoek moeten gaan naar informatie of ervaringen van studenten (...). Ik zou dan denken dat ze me alleen zouden aantrekken voor het geld en niet echt gefocust zijn op wat voor mij belangrijk is. Een hogeschool die dat wel zou doen zou ik meer waarderen en wel beschrijven als een betrouwbare school.”
4	Ook negatieve punten draagt bij aan een sterke en eerlijke hogeschool	“Je hoeft jezelf niet naar beneden te halen, maar ik vind dat als je bij een scholier merkt dat het niet gaat passen of dat hij niet past bij de school, je dat ook eerlijk moet zeggen. Ik vind dat je dat ook een sterke hogeschool maakt als je zelf kan toegeven dat je in een bepaald gebied minder bent, maar dan laat zien op welke gebieden je dan sterker bent. Getuigt van eerlijkheid.”

5	Heeft behoefte aan eerlijkheid – minpunten geven serieus beeld	“Soms wil je juist weten wat minpunten van de school zijn maar ik denk niet dat ze je zoiets ooit zullen vertellen. Ik zou je als hogeschool dan juist wel eerlijk vinden en serieuzer nemen als je dat wel durft te vertellen.”
6	Logisch – niet heel eerlijk	“Nou ik vind het best logisch als ze dat doen. Je gaat natuurlijk niet slecht over jezelf praten als je mensen juist wil vertellen waarom ze bij jou zouden moeten komen. Het zou wel eerlijk zijn als ze dat wel deden.”
7	Aanprijzen	“Nou ik denk, je moet je als hogeschool wel aanprijzen op zo'n dag en niet jezelf naar beneden halen.”
8	Beide benoemen	“Ligt eraan. Je moet beide wel benoemen vind ik. Zolang je wel een balans maakt tussen positief en negatief. Dan kan je laten zien waar je goed en waar je minder goed in bent.”
9	Kijkt zo doorheen	“Ja daar kijk ik zo doorheen. Daarom vraag ik ook dingen aan studenten, hoe zij dingen ervaren.”
10	Logisch	“Daar moet je wel rekening mee houden met open dagen.”
11	Wervend – bij vertellen minpunten trekt juiste studenten	“Ik zou dan denken dat ze me alleen maar willen omkopen om naar die school te komen. Ik merk wel dat veel scholen dat een beetje deden. Daar hou ik niet van. Ik kom voor informatie, en natuurlijk moet die informatie ook een beetje leuk zijn maar ik wil niet het idee hebben dat ik je niet kan geloven. Je kan dan ook bij die nadelen kijken of de hogeschool echt wat voor jou is en dan selecteer je ook weer beter mensen vind ik.”
12	Bij vertellen minpunten realistischer beeld	“Ik denk dat het wel realistischer is om ook de negatieve dingen te benoemen. Want ik weet ook wel dat het niet alleen maar positief is, dus ik wil daar graag op voorbereid worden. Niet dat je later pas achter die dingen komt.”
13	Bij vertellen minpunten eerlijker	“Nou ik vind dat een school wel de mindere punten ook wel moet vertellen. Anders ga je ook naar een school met het idee dat alles helemaal top is, maar dan kom je er ineens achter dat er toch dingen zijn die anders zijn dan ze verteld hadden. Als je dat eerder weet, dan kan je je daar wel beter op voorbereiden lijkt mij.”

Conclusie schema 13: Sommige respondenten begrijpen wel dat een hogeschool vooral positieve informatie vertelt, maar over het algemeen hebben ze wel behoefte aan een realistisch en eerlijk beeld. Enkel positieve informatie ontvangen geeft respondenten een beeld van een wervende school. Ze willen informatie over beide kanten ontvangen.

Analyseschema 14

Analyseschema 14: Hoe communiceren uitvallers		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Open dag – website – redenen erbij	“Op de open dag misschien. En misschien een linkje op de website bij de opleiding of zo. Zolang de redenen er maar bijstaan.”
2	Beroepenmarkt – open dag	“Op de beroepenmarkt. En als ik naar de open dag zou gaan. Meer denk ik niet.”
3	Informatieboekjes – presentaties	“Ik vind het belangrijk als dit in de informatieboekjes te vinden is en ook meer wordt toegelicht in presentaties die de hogeschool geeft.”

4	Website – niet teveel aandacht	“Ik denk dat het wel ergens op de website zou moeten staan. (...) het kan er ook negatief uit zien als je er teveel aandacht aan besteed of als dat het eerste stuk aan informatie is die je tegenkomt.”
5	Website	“Ik denk dat op de website wel voldoende is.”
6	Presentatie	“Konden ze wel in de presentatie meenemen.”
7	-	“(...) ik vind niet dat ze daar aandacht aan hoeven te besteden.”
8	-	Is gecommuniceerd tijdens de open dag
9	Presentatie – website	“Benoemen in de presentatie als een punt waar je op moet letten. Op de website zou ik het sowieso vermelden.”
10	Website – informatieboekjes – presentaties	“Ik denk dat dat overal wel te vinden moet zijn. Op de website, in de boekjes en de presentaties. Dat had ik wel graag daarin willen zien.”
11	Open dag	“(...) Wel op een open dag. Dan kom je natuurlijk voor nog meer informatie over de studie zelf.”
12	Open dag – informatieboekje	“Ik denk dat het beter is om op de open dag te vertellen. (...) In een informatieboekje kan ook, maar het hoeft niet uitgebreid. Als het maar wel ergens staat. Misschien de voordelen en nadelen van de school of de opleiding ergens benoemen.”
13	Overal	“Denk dat het wel handig is dat ze daar overal wel een beetje aandacht aan besteden.”

Conclusie schema 14: De open dag, website, voorlichtingsmarkt en informatieboekjes worden door de respondenten allemaal benoemd. Hierin zijn echter ook wel verschillen te zien in waar het moet komen te staan. Opvallend is wel dat respondenten benoemen dat de hogeschool hier niet teveel aandacht aan moet besteden en dat de redenen er wel bij moeten.

Analyseschema 15

Analyseschema 15: Hoe communiceren wederkerigheid		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Beroepenmarkt – open dag – overal waar mogelijk	“Ik denk dat dit wel belangrijk is. Je wil natuurlijk weten waar je aan toe bent. [weifelend] Ik denk dat ze dat bij de beroepenmarkt wel moeten zeggen als ze studenten spreken en sowieso op de open dag. Nou ja, eigenlijk overal moet het wel een beetje staan.”
2	Website – informatieboekjes – presentaties	“Nou als ik een toelatingstoets moet doen moet dat wel op de website staan en in de boekjes. Het zou ook wel handig zijn als ze dat zeggen bij de beroepenmarkt en op de open dag natuurlijk. Misschien als ze een presentatie geven of zo. Maar ik wil het in ieder geval ergens kunnen lezen dat ik er ook nog even rustig over kan nadenken wat ze precies verwachten van me.”
3	Website – informatieboekjes	“Ik vind dat ze je daarover moeten informeren als je informatie zoekt over de opleiding, dus op de website en in boekjes.”
4	Leidraad	“Ik denk dat je dat ook wel een beetje als leidraad moet gebruiken in al je communicatie over de opleiding. Dus overal moet dat stukje verwachting wel in terug te zien zijn. Dat ze bijvoorbeeld zeggen: “deze materie kan je van ons verwachten, maar hiervoor doe je wel dit en dit terug”.”
5	Algemeen bekend	“Ik vind het wel belangrijk dat het algemeen bekend is. Dus dat

	– website – informatieboekjes	er op de website en in informatieboekjes aandacht aan wordt besteed en je het niet pas hoort als je op een open dag of markt met iemand praat.”
6	Schema met verwachtingen	“Bijvoorbeeld een schema waar je op moet letten als je hier student bent en hoe je je tijd spendeert voor de school.”
7	-	Is gecommuniceerd bij open dag
8	-	Is gecommuniceerd bij open dag
9	Presentatie	“In de presentatie in het begin wel. Het stond als opsomming volgens mij. Dat je zelfstandig moet zijn. Maar daar gingen ze best snel overheen dus ik zou niet precies weten wat nog meer. Mochten ze wel iets langer bij stilstaan.”
10	Presentatie – uitgebreider	“Ik denk dat in de presentatie dat wel prima is. Maar dan moeten ze dat wel uitgebreider doen. Met voorbeelden.”
11	Informatieboekjes – studiemarkt	“Ik denk dat het wel handig is als je dat in informatieboekjes en op een studiemarkt op de middelbare school vertelt.”
12	Open dag	“Op de open dag vertellen is prima.”
13	Overal	“Ook overal wel in verwerkt ja.”

Conclusie schema 15: Ook hierin komt elke uiting wel aan bod. De respondenten geven aan dat het de leidraad van de informatie moet zijn en wel algemeen bekend moet zijn.

Analyseschema 16

Analyseschema 16: Hoe communiceren realistische aspecten		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	In gesprek	“Ze hoeven van mij daar niet heel veel aandacht aan te besteden hoor. Als je het aan ze vraagt is het goed als ze het zeggen maar dat vind ik wel genoeg denk ik.”
2	Beide kanten uitlichten	“Ze moeten vertellen over beide kanten. Dus vertellen wat de sfeer is in de school maar ook dat het moeilijk kan zijn. En dat je als je hard werkt het wel kan halen.”
3	Beroepenmarkt – open dag	“Op zo’n markt die we vorige keer hadden vind ik het wel goed als ze dat een beetje benoemen door aan te geven wat daarbij de ervaring is geweest. Ik verwacht ook wel dat ze dat met je bespreken op de open dag. Ik denk wel dat het beter is als je die informatie in persoon hoort, want dan kunnen ze er ook meteen meer uitleg over geven wat dan precies minder is en hoe dat kan. Dan kan je meteen ook persoonlijke ervaringen erbij krijgen denk ik. Het is lastig om daar een beeld bij te vormen als je het alleen leest.”
4	Lijstje plus en minpunten	“De pro’s en con’s van de opleiding afbeelden in een presentatie, informatieboekje of de website.”
5	Lijstje – hoe ze je helpen	“Ze kunnen je een lijstje geven over waar mensen moeite mee hebben. Dan zouden ze ook bijvoorbeeld kunnen zeggen hoe ze je daarin helpen. Dan zou je echt laten zien dat je een goede hogeschool bent.”
6	In gesprek	“Zoals ik zeg verwacht ik niet dat ze die informatie aan de grote klok gaan hangen. Maar als je met ze in gesprek gaat kunnen ze dat wel benoemen waar je op moet letten.”
7	-	“Nee, ik vind dat ze het al genoeg verteld hebben. Ik vind dat ik

		wel een realistisch beeld heb gekregen.”
8	Balans – andere mogelijkheden	“Als je bijvoorbeeld minder goed bent in genoeg studieruimte te geven aan studenten, dan moet je dat wel eerlijk zeggen. Maar dan kan je het balanceren door opties te geven waar studenten wel die ruimte kunnen benutten. Ik zeg maar wat.”
9	Op eigen initiatief – praten met studenten – presentatie	“Nou ik denk als je een volledig beeld wil hebben van de hogeschool en de opleiding je zelf ook het initiatief moet nemen om te praten met studenten. Maar misschien zou het me wel in een positieve zin verbazen als ze het ook in de presentaties zouden verwerken.”
10	Presentatie – waar studenten moeite mee hebben	“Nou, vooral kijken naar hoe je je presentatie inhoudelijk realistisch kan maken. Niet alleen over tevredenheid. Geef anders ook aan waar studenten echt moeite mee hebben, daar zou je me echt mee boeien.”
11	Open dag	“Dat kunnen ze wel vertellen op de open dag. (...) Dan kan je er ook meer over in gesprek gaan.”
12	Beide kanten uitlichten	“Dat ze beide kanten wel benoemen. Van: het is gezellig en persoonlijk hier op school en met de opleiding doe je leuke dingen maar let wel op dat dit zwaar kan zijn en dat mensen hier meer moeite mee hebben. Dan kan je een realistisch beeld in je hoofd vormen.”
13	Informatieboekjes – open dag	“In de informatieboekjes. Misschien ook wel een beetje vertellen op de open dag, maar je moet ook niet de minpunten te groot naar voren brengen, dat is ook niet wat je wil. Maar ze moeten er wel in ieder geval aandacht aan besteden.”

Conclusie schema 16: De respondenten willen dit over het algemeen zien (in de presentatie) op de open dag. De website en informatieboekjes kunnen hierin een toevoeging zijn. Zolang het maar weergegeven is als een lijst met plus- en minpunten.

Analyseschema 17

Analyseschema 17: Welke informatie heeft de scholier nodig		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Verwachting - toekomstperspectief – uitvallers	“Ik wil een duidelijk beeld met alles wat ik kan verwachten binnen een opleiding, toekomstperspectief, hoeveel uitvallers binnen de studie.”
2	Baankansen – begeleiding	“Ik wil weten wat ik met de opleidingen kan worden en hoe mijn toekomst eruit zou komen te zien. En hoe de hogeschool jou helpt als je ergens moeite mee hebt.”
3	Baankansen – salaris – beroepen van docenten – vakkenpakket – stages	“Ik wil vooral weten bij opleidingen hoeveel werkgelegenheid op dat gebied is. (...) Ook vind ik salaris erg belangrijk dus daar kijk ik ook wel naar.” – “(...) misschien kunnen ze voorbeelden geven van de beroepen die de docenten hebben gehad voordat ze docent bij die opleiding zijn geworden. Dan heb je wel een beeld ook meteen welke kanten je op zou kunnen. (...) ik wil wel weten wat het vakkenpakket is dat zij je aanbieden en hoe je daar aan de slag gaat. (...) stages en hoe ze je daarbij helpen ook met het zoeken naar een stage vind ik wel belangrijk.”
4	Inhoud studie – speerpunt –	“Wat de studie inhoudt en wat de studie op die school speciaal maakt. (...) Maar ook de faciliteiten die ze hebben en

	faciliteiten – netwerk	bijvoorbeeld wat het netwerk van de hogeschool is. (...) besteden ze daar aandacht aan om ook voor jou dat netwerk te creëren“
5	Slagingspercentages – begeleiding – plus en minpunten	“Slagingspercentages vind ik heel erg belangrijk. En hoe je begeleid wordt. Maar ook de goede en de slechte kanten van een hogeschool en een opleiding.”
6	Struggles	“Vooral de struggles tijdens de studie, dus waar studenten tegen aanlopen.”
7	Welke opleiding mogelijk bij welke interesses – verschillen en overeenkomsten	“Nou wat ik bijvoorbeeld wel interessant had gevonden en wat mij wel zou helpen is meer informatie over passende opleidingen die ook een mogelijkheid zou kunnen zijn. Dat ze mij bijvoorbeeld vertellen: zo ziet de opleiding eruit, maar een andere opleiding belicht meer dit stuk uit deze opleiding dus als je dat interessanter vindt zou je daarnaar moeten kijken. Ik twijfel namelijk tussen verschillende specialisaties van opleidingen binnen sociaal werk en als ik dan een overzicht zou hebben wat de verschillen en overeenkomsten zijn dan zou dat mij wel erg helpen.”
8	Lessen – vakken – projecten – samenwerken – begeleiding	“Ik vind wel dat een hogeschool je veel informatie moet kunnen geven hoe jouw dag als student eruit ziet. Dus lessen, vakken, projecten, hoe je met mensen samenwerkt, wat voor begeleiding je krijgt. Dat je echt goed voorbereid wordt.”
9	Inhoud studie – ervaringen – dag van een student	“Ik denk vooral wat de studie inhoudt. (...) misschien iets realistischer zijn. Dat kan bijvoorbeeld door een aantal studenten uit het eerste jaar maar ook uit jaren daarna erbij te hebben. Dan kunnen ze je echt vertellen wat ze precies ervaren en hoe zo’n dag uit het leven van een student eruit ziet.”
10	Inhoud studie – ervaring – sfeer – faciliteiten	“Ik denk dat het vooral de inhoud van de opleiding is en hoe dat wordt ervaren. (...) En de sfeer denk ik ook wel. En ook wel de leeromgeving en hoe dat eruit ziet. Dus zo’n campus en andere plekken om te kunnen studeren. En of er een mediatheek of bibliotheek is.”
11	Baankansen – opleidingsaanbod	“(…) En eigenlijk ook wat voor beroepen je er later allemaal mee kan doen dat je daaruit kan kijken wat je leuk vindt en welke opleiding je daarvoor nodig hebt.”
12	Begeleiding	“Ik vind begeleiding erg belangrijk en ik zoek ook wel een school die je helpt als je het lastig vindt.”
13	Begeleiding - baankansen	“Ik denk begeleiding en baankansen. Studeren is natuurlijk wel heel erg leuk maar als je daarna nergens echt terecht kan weet ik niet of het veel zin heeft gehad.”

Conclusie schema 17: Uitkomsten van benodigde informatie zijn wisselend. Wel hebben respondenten over het algemeen behoefte aan inhoudelijke aspecten van de opleiding, zoals lessen, vakken, begeleiding, baankansen en ervaringen van studenten.

Analyseschema 18

Analyseschema 18: Hoe communiceren benodigde informatie

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Mag concreter en beter	“Bij Hogeschool Rotterdam vind ik de informatie wel concreter. Je krijgt bijvoorbeeld ook een herinneringsmailtje als je je ergens

	georganiseerd	voor hebt aangemeld en een mail als ze je gemist hebben tijdens een van die dagen. Bij Hogeschool Leiden was dat niet echt zo. Dat geeft toch wel een bepaald beeld waarbij je je afvraagt of het wel goed georganiseerd is, zulke dingen.”
2	Overal te vinden zijn	“Nou dat moet wel algemeen bekend zijn vind ik. Dus daar moeten ze overal wel aandacht aan besteden.”
3	Overzicht – website – informatieboekjes	“Ik verwacht ook wel dat een hogeschool mij daar wel meteen de goede informatie over geeft en dit in een overzicht of iets dergelijks heeft op de website en in de boekjes.”
4	Inhoudelijker	“Ik zou de inhoud van de studie het belangrijkste vinden. Tuurlijk is de baangarantie na de opleiding ook belangrijk, maar eerst gaat het erom dat je de studie overleeft en dat je het ook echt wel leuk of interessant gaat vinden. Ik wil precies weten wat ik ga doen.”
5	Informatieboekjes	“Kunnen ze gewoon in de boekjes zetten zelfs. Gewoon een pagina hieraan toewijden.”
6	Open dag	“Ik denk dat dat echt iets is waarvoor je naar zo’n open dag komt. Die ervaringen.”
7	Verschillen en overeenkomsten soortgelijke opleidingen	“Nou wat ik bijvoorbeeld wel interessant had gevonden en wat mij wel zou helpen is meer informatie over passende opleidingen die ook een mogelijkheid zou kunnen zijn. Dat ze mij bijvoorbeeld vertellen: zo ziet de opleiding eruit, maar een andere opleiding belicht meer dit stuk uit deze opleiding dus als je dat interessanter vindt zou je daarnaar moeten kijken. (...) als ik dan een overzicht zou hebben wat de verschillen en overeenkomsten zijn dan zou dat mij wel erg helpen.”
8	Geen informatie gemist	“Ze zijn duidelijk op de website en duidelijk hier dus alles klopt wel.”
9	Meer lesinhoud laten zien	“Misschien meer lesinhoud laten zien; wat je echt doet tijdens de lessen.”
10	Informatieboekjes – website – toelichting bij presentatie	“Het moet wel voor het grootste deel in de informatieboekjes en op de website staan, en dan toegelicht worden in de presentatie.”
11	Studiemarkt – informatieboekjes – website	“Nou ik wilde het wel tijdens de studiemarkt horen, maar dat ging niet echt helaas. Ik weet niet of ze dat in de boekjes moeten zetten welk pakket je nodig hebt, maar de beroepen sowieso wel. En op de website allebei. Maar volgens mij staat dat er al.”
12	Overal	“Als ik de open dag zou bezoeken. Ja, eigenlijk overal wel.”
13	Overal te vinden zijn	“Ik weet niet of mensen die informatieboekjes echt lezen. Ik denk als mensen op de open dag zijn dat je dat sowieso wel aan ze moet vertellen. Maar ik vind dat je het overal, op de website en in boekjes, wel moet vermelden. Het is wel belangrijk bij een hogeschool dus je moet het wel overal vermelden vind ik.”

Conclusie schema 18: Om de informatie te krijgen die zij nodig hebben, geven respondenten over het algemeen aan dat dit overal te vinden moet zijn. De informatie mag inhoudelijker en concreter.

Analyseschema 19

Analyseschema 19: Wat heeft de scholier nog meer nodig voor een bewuste keuze

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Studenten klassikale voorlichtingen – oriëntatieproces	“Ik denk, als dat mogelijk is, studenten van de hogescholen naar de middelbare scholen sturen voor klassikale voorlichtingen over hun algemene ervaringen op het hbo. Dit kan verschillende opleidingen en hogescholen gemengd zijn. (...) En ook hoe die studenten zich hebben georiënteerd, dat vraag ik mij namelijk ook altijd af. (...) Dus meer antwoord op de vragen: “hoe moet je je oriënteren” en “hoe vroeg moet je beginnen met oriënteren”. (...) Ik zou meer informatie over het proces vóór het inschrijven.”
2	Studenten klassikale voorlichtingen – scores hogeschool en studie	“Misschien zelf meer naar middelbare scholen komen en vertellen wat je allemaal kan doen en verwachten. Zodat wij ook meer met hun in gesprek kunnen gaan. Ook zou ik in informatieboekjes meer resultaten willen zien van hoe goed de hogeschool scoort met kwaliteit en baankansen en tevredenheid en dergelijken. Dat je dat meteen in het informatieboekje zelf kan zien en niet daarnaar op zoek moet gaan.”
3	Studenten komen langs op scholen – stappenplan om achter keuze te komen	“Dat je, als je moeite hebt met het maken van een keuze, naar je decaan [op de middelbare school] kan gaan en dat de hogescholen dan speciaal voor die leerlingen langskomen of je een bepaald pakket aan informatie geven waarin je een soort stappenplan hebt om erachter te komen wat bij je past. (...) Maar voor hen die er meer moeite mee hebben zou zo’n plan of route naar het kiezen van een opleiding wel echt helpen denk ik. Ik zou een hogeschool die zulke moeite steekt in zo’n keuzeprocess wel echt serieus nemen en er ook van verwachten dat ze zulke moeite dan ook in je steken als je daar eenmaal een student bent.”
4	Meer uit middelbare scholen – huidige middelen controleren en verbeteren – keuze afbakenen aan onderwerpen die jij leuk vindt	“Ik zou niet zeggen dat ik meer nodig zou hebben, maar misschien dat de huidige dingen zouden moeten verbeteren. (...) De middelen die er zijn moeten goed nagekeken worden of ze wel echt werken en ze uiteindelijk verbeteren. (...) Er moet meer een focus komen op kijken wat je leuk vindt en het daaruit afbakenen, dan kijken naar alle mogelijkheden die er zijn en dan in die warpoel van opleidingen een keuze moet maken. Ik vind sowieso meer dat het uit middelbare scholen moet komen. Als hogescholen bijvoorbeeld hier [op de middelbare school] teveel langs zouden gaan, dan zou ik geloven dat ze alleen maar wanhopig reclame maken. De middelbare school moet ons juist, misschien in samenwerking met al die hogescholen, meer helpen met de keuzes maken.”
5	Plus en minpunten opleiding en hogeschool – middelbare school meer middelen bieden om je te helpen	“Ja die plus- en minpunten van de opleiding en de hogeschool uitlichten zouden mij wel heel erg helpen. Verder vind ik wel dat je zelf echt initiatief moet nemen om naar informatie op zoek te gaan. Hogescholen moeten natuurlijk je wel al die informatie die je nodig hebt bieden, maar je moet zelf de motivatie vinden om hier achteraan te gaan. Niet dat zij naar je toekomen of meer langskomen op middelbare scholen. Ik vind dat als je die motivatie nu al niet hebt, een hogeschool ook niet perse

		aandacht aan je hoeft te besteden. Misschien dat de middelbare school je dan kan helpen de motivatie te vinden of iets dergelijks, dat weet ik niet zo goed.”
6	Meer ervaringen van studenten	“Misschien meer ervaringen van studenten die echt die studie doen en hoe zij alles ervaren. Zodat je echt weet wat je kan voorstellen en hoe jij ook in de studie zal gaan staan als jij hem gaat volgen.”
7	Ligt aan eigen initiatief	“(…) Ik zie niet echt wat er nog meer gedaan zou kunnen worden om mij te helpen. Het is ook een stuk eigen initiatief denk ik uiteindelijk ook. Welke moeite jij er zelf in steekt. Dat moet je op de hogeschool ook wel doen lijkt mij.”
8	Meeloopdagen eerder organiseren	“Ik vind het erg goed dat ze meeloopdagen hebben. Dat moeten ze wel zo houden. Dan kan je het zelf ook meemaken wat de werkwijze is en in aanraking komen met andere studenten. Maar die meeloopdagen kunnen wel eerder vind ik. Vaak zijn ze vrij laat dat je nog maar heel kort de tijd hebt daarna om een keuze te maken. Misschien kunnen ze daar eerder mee beginnen. Of mij er eerder over informeren.”
9	Gesprekken met studenten – meer aandacht op mbo-scholen	“Misschien meer één op één met de student zodat je ook meer kan inspelen op wat hij of zij persoonlijk nodig heeft. Als dat mogelijk is dan. (...) Oh, ik denk trouwens dat andere scholen er meer aandacht aan moeten besteden. Op mijn middelbare school werd dat op zich wel gedaan, maar mijn zus zit op het mbo. Zij wilde ook naar hbo gaan maar voor haar wordt helemaal niks gedaan. Geen voorlichting of iets voor wat je na het mbo zou kunnen doen. Ik weet dat ze dat wel jammer vond. Misschien meer langs kunnen gaan op die scholen en ook op mijn school zodat we in gesprek kunnen gaan met studenten bijvoorbeeld. Dan kan je ook meer vragen stellen dan tijdens een presentatie.”
10	Meer inhoud tijdens algemene voorlichting	“Ik denk dat het erbij blijft dat de algemene voorlichting wat inhoudelijker mag zijn. Dat er meer in wordt gegaan op de inhoud van de opleiding.”
11	Meer informatie over elke opleiding tijdens voorlichtingsmarkt	“Misschien meer mensen zetten bij de stand die meer weten over een paar opleidingen. Niet dat je alleen maar mensen spreekt die dingen weten over hun eigen opleidingen en je verder niet veel kunnen vertellen. Misschien kunnen ze daar iets mee doen.”
12	Alle informatie	“Dat ze me alle informatie geven die ik nodig heb. Dat je dat allemaal kan vinden op de website en naar kan vragen op de open dag.”
13	Studiekeuzecheck vanuit middelbare school – meer vanuit middelbare school	“Een goede studiekeuzecheck zou wel helpen. En dan vanuit de middelbare school denk ik. Ik heb heel klasgenoten die niet weten wat ze willen. Ik denk dat zij daar wel veel aan hebben. Ze mogen hier [op de middelbare school] ook wel meer doen om jou te helpen en lijstjes geven van wat je allemaal kan doen. We hebben namelijk alleen de studiemarkt en veel leerlingen hebben daar ook niet echt zin in en gaan daar dan ook niet heen. Dus misschien zouden ze meer op de middelbare school moeten kijken hoe ze ons kunnen helpen. En misschien meer motiveren om naar de studiemarkt te komen en wat ze daar kunnen vinden vanuit de mentoren. Of studenten van verschillende opleidingen langs laten komen in klassen om iets erover te vertellen.”

Conclusie schema 19: De uitkomsten van behoeften zijn eveneens verschillend. Wel geven de respondenten enkele voorbeelden van wat hen kan helpen om een bewuste keuze te maken. Hieronder vallen gesprekken met studenten/klassikale voorlichtingen, meer vanuit de middelbare school, weergave oriëntatieproces, studiekeuzecheck en het afbakenen van keuzes op basis van interesses.

Analyseschema 20

Analyseschema 20: Zou de scholier kiezen voor Hogeschool Leiden

Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	Eerst proefstuderen	"Weet ik nog niet. Het zou kunnen. Ik moet eerst proefstuderen."
2	Eerst kijken naar opleiding	"Ik hoef nu nog geen keuze te maken dus dat kan ik nog niet zeggen. Ik wil eerst zeker weten welke opleiding ik wil gaan doen."
3	Twijfel – andere stad	"Ik twijfel nog tussen een paar scholen. Ik durf daar nog niet echt antwoord op te geven, want ik heb meer met de stad Rotterdam. Dus het zou goed kunnen dat ik daarvoor ga kiezen."
4	Twijfel door afstand – wel goede reputatie en kwaliteitsvol	"Door de afstand twijfel ik een beetje, omdat het voor mij nog best lastig te bereiken is. Maar ik heb gezien dat de opleiding HBO Rechten een goede reputatie heeft op Hogeschool Leiden. Dus als het niet aan de afstand zou liggen zou ik op basis hiervan wel kiezen voor deze hogeschool. En die reputatie lag ook vooral aan het soort onderwijs dat zij gaven en het slagingspercentage. Dat geeft mij wel een beeld van Hogeschool Leiden dat ze een kwaliteitsvolle hogeschool zijn."
5	Knapte af op onduidelijkheid	"Alles stond bij de Haagse Hogeschool heel duidelijk aangegeven en in Leiden moest ik echt een paar keer op zoek gaan naar mensen die precies wisten wat ik zocht. Daar knapte ik een beetje op af. Ik had wel verwacht dat het wat serieuzer zou zijn of iets dergelijks."
6	Waarschijnlijk – kijkt naar opties	"Ik denk het wel. Ik zie niet echt een reden waarom niet. Maar ik heb nog even de tijd om naar mijn opties te kijken."
7	Waarschijnlijk – professioneel en serieus – gastvrij en persoonlijk	"(...) als ik dan kijk hoe ze het hier [Hogeschool Leiden] doen, komt deze school wel professioneler en serieuzer op mij over. En ze waren hier ook meer enthousiast en stelden je meer op je gemak. Gastvrijer en persoonlijker of zo. Goed georganiseerd ook, en daardoor verwacht ik dat de opleiding zelf ook goed georganiseerd zal zijn."
8	Ja – voelde zich thuis	"Ja, ik zie mijzelf hier wel tussen. Ik voelde me thuis bij alle andere studenten dus het lijkt mij wel een goede match."
9	Twijfel – verwachtte meer toegankelijkheid en openheid	"Ik dacht dat ze meer toegankelijk en open zouden zijn. Zo leek het wel op de website denk ik. Zo'n gevoel kreeg ik wel door hoe het taalgebruik was op de website en hoe alles daar staat aangegeven. Dan lijken ze wel persoonlijk en toegankelijk of zo. Maar dat miste ik vandaag totaal. Zowel in de presentatie als bij die campus. Ik weet niet of ik nog wel terug zou willen."
10	Twijfel – presentatie sprak niet aan	"Ik heb wel een beeld gekregen van de hogeschool, maar de presentatie sprak me niet zo aan. Ik denk dat ik mij eerst meer moet verdiepen voordat ik echt de beslissing voor deze school maak."
11	Eerst kijken naar	"Dat kan ik echt niet zeggen, ik heb te weinig informatie gehad."

	opleiding	Ik moet eerst kijken wat ik echt leuk vind.”
12	Weet nog niet – opleidingsaanbod en kleine school spreekt wel aan	“Nou ik weet niet zeker of ik er naartoe zou gaan. Maar de opleidingen spreken mij wel aan. En ook dat het een kleine school is waar iedereen elkaar kent. Dat lijkt mij wel fijn.”
13	Hangt af van eerste keuze	“Nou ik wil eerst kijken of ik binnen zou komen bij Verloskunde. Dat lijkt mij het allerleukst. En zo niet, dan staat Hogeschool Leiden zeker op de tweede plek. Dan wel Fysiotherapie.”

Conclusie schema 20: De respondenten die al intensief bezig zijn met het maken van een keuze voor een hogeschool, denken over het algemeen wel te kiezen voor Hogeschool Leiden door de gastvrijheid, kleinschaligheid en persoonlijkheid. De respondenten die hierover twijfelen of niet willen geven aan dat dit komt door afstand, de stad en de negatieve ervaring tijdens de presentaties.

Analyseschema 21

Analyseschema 21: Suggesties/opmerkingen/ideeën		
Resp.	Label	Quote uit verbatim
1	-	Geen opmerkingen
2	Gesprekken met studenten	“Dat vind ik een moeilijke vraag. Ik zou het wel fijn vinden als ik volgend jaar in gesprek kan gaan met studenten. Dat lijkt me wel een goed idee. Dan kan ik mijn vragen stellen en ook zien hoe hun leven is.”
3	Keuze is persoonsgebonden – middelbare scholen helpen	“Ik denk sowieso dat het maken van een keuze erg persoonsgebonden is. Ik weet niet of het teveel werk is om voor iedereen persoonlijk een plan te maken. Misschien dat middelbare scholen daarbij kunnen helpen.”
4	Serieus beeld door dit interview	“Ik vind het eigenlijk ook wel iets zeggen dat er iemand nu van Hogeschool Leiden is die ons komt interviewen over wat wij nodig hebben. Dat getuigt ook wel van dat ze je serieus nemen.”
5	Project doornemen	“Ik had wel bij de Haagse Hogeschool gezien dat ze dan een project lieten zien die ze tijdens de opleiding deden en dat uitgebreid met je doornamen. Dat zou ook wel leuk zijn om te zien bij Hogeschool Leiden. Dat je weet waar je mee aan de slag gaat tijdens de opleiding. Dat geeft je dan ook gelijk een beeld aan hoe ze lesstof toetsen en aanpakken.”
6	Minder leuke kanten belichten	“Ik denk wel dat het ook zou helpen om bijvoorbeeld na zo’n presentatie dat er studenten meteen klaar staan die je kan spreken over ook de wat minder leuke dingen aan de opleiding. Zo kan je denk ik wel beter je keuze maken.”
7	-	“Ik zou het niet weten.”
8	Scheiding tussen ouders en studenten is goed	“Ik vind het ook goed dat er een scheiding is bij de voorlichting tussen ons en de ouders. Ik heb het idee dat we dan allebei toch meer opletten of zo en niet verwachten dat een van ons oplet [lacht]. En ik hoorde dat ze tegen mijn vader mee over het toekomstperspectief begonnen en dat vind hij interessant en bij mij ging het meer over de studie zelf en dat vind ik interessant. Zo kunnen we die dingen met elkaar delen.”
9	Opleiding Communicatie en	“Ik denk dat ze bij de opleiding Communicatie en de campus waar de andere opleidingen van Management en Bedrijf stonden

	M&B onpersoonlijk	wel iets meer mogen doen aan de toegankelijkheid. Het voelde allemaal erg onpersoonlijk, wat ik niet had verwacht. Misschien meer kijken hoe collega's het doen."
10	Ervaringen van studenten – essentie inhoud in presentatie – aandacht voor mbo-scholen	"Laat tijdens de presentaties meer studenten aan het woord. Ik zag bij een andere presentatie op een andere school dat ze meer de algemene dingen vertelden en theoretische dingen en dan vroegen aan een student wat zijn ervaring daarbij was. Dat vond ik heel goed. Heel realistisch. Je ziet het dan vanuit het oogpunt van de docent en van de student. (...) Misschien moeten ze daar [tijdens de presentatie] meer naar kijken hoe de essentie in dat half uurtje past. (...) En ik denk dat een hogeschool wel een studiekeuzetest zou kunnen aanbieden. Ook voor mbo-scholen denk ik. Ik ken mensen die mbo doen en daar wordt niks gedaan voor de studenten die door willen naar het hbo. Misschien daar meer mee samenwerken of hun iets aanbieden?"
11	Bij voorlichtingsmarkt meer weten over alle opleidingen	"Misschien meer mensen zetten bij de stand die meer weten over een paar opleidingen. Niet dat je alleen maar mensen spreekt die dingen weten over hun eigen opleidingen en je verder niet veel kunnen vertellen. Misschien kunnen ze daar iets mee doen."
12	-	"Nee hoor. Leuk dat je op onze school langs kwam."
13	Goede sfeer – stelde op gemak	"Ik vond de school echt een goede sfeer hebben, een andere sfeer dan bij andere scholen. En ik voelde me wel echt op mijn gemak. Ik heb er niet veel op aan te merken. Ik vond het gewoon een leuke school."

Conclusie schema 21: Bij de vraag naar opmerkingen geven respondenten hun eigen ervaringen aan. Ze geven aan wat ze nodig hebben: gesprekken met studenten, meer vanuit de middelbare school of mbo-school, doornemen van projecten, ervaringen van studenten en minder leuke kanten belichten. Bij opmerkingen over wat hun teleurstelden, gaat het om de onpersoonlijkheid van de opleiding Communicatie en het gebrek aan informatie tijdens de voorlichtingsmarkt. Positieve geluiden komen uit het feit dat iemand langskwam op hun school, de scheiding tussen ouders en scholieren bij opleidingen Science & Technology en de goede sfeer. Een respondent geeft wel aan dat de keuze persoonsgebonden is en dat dit zou resulteren in persoonlijke plannen.

Bijlage IX – Logboek

Onderstaand het logboek met daarin de belangrijkste afspraken en activiteiten.

Tabel IX.1 – Logboek (Bron auteur)

Datum	Betrokkenen	Activiteit
30-8	Someya Nahali / Roxanne Zobdeh	- Eerste (sollicitatie-)gesprekken afgerond - Probleemformulering uitgewerkt - Aanvraag afstudeerbegeleiding per e-mail ingediend bij de hogeschool
31-8	Someya Nahali / Coördinator afstuderen	Per e-mail toestemming verkregen voor het project, afstudeerbegeleider N. Wiekenkamp toegewezen gekregen
5-9	Someya Nahali / Maurits de Vries / Matthew Armitage /	- Eerste kennismakingsgesprek begeleiding de Vries en Armitage - Afstudeersessie
12-9	Someya Nahali / Maurits de Vries /	- Bespreken vraagstuk - Begeleidingsgesprek
15-9	Someya Nahali / Nynke Wiekenkamp	Afstudeersessie
18-9	Someya Nahali	Eerste opzet theoretisch kader / methodologie
19-9	Someya Nahali / Maurits de Vries	Begeleidingsgesprek
20-9	Someya Nahali	Besluit afbakening onderzoek
25-9	Someya Nahali	Concept onderzoeksopzet incl. Theoretisch kader
4-10	Someya Nahali / Nynke Wiekenkamp	Feedback concept onderzoeksopzet Wiekenkamp
5-10	Someya Nahali / Maurits de Vries	Begeleidingssgesprek
6-10	Someya Nahali / Iris Spaargaren	Gesprek mogelijkheden datacollectie
9-10	Someya Nahali	Eerste mogelijkheid onderzoeksopzet
15-10	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	- Feedback eerste onderzoeksopzet beoordelaar - No go – tweede kans
31-10	Someya Nahali / Maurits de Vries	Begeleidingsgesprek
7-11	Someya Nahali / Maurits de Vries	Begeleidingsgesprek
9-11	Someya Nahali / Veronique Delnoye	Afspraak inplannen Agnita Mur college van bestuur
10-11	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	- Tweede mogelijkheid onderzoeksopzet - Overname afstudeerbegeleiding P.H. Coebergh
13-11	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	Afstudeersessie

14-11	Someya Nahali / Maurits de Vries	• Begeleidingsgesprek
15-11	Someya Nahali / Patrick Pijnenburg	• Bespreking identiteit Hogeschool Leiden (S&T)
16-11	Someya Nahali	• Bezoek beroepenmarkt Stanislas College Delft
20-11	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh / Marja Krosenbrink	• Afstudeersessie • Gesprek SKC Marja Krosenbrink (S&T)
20-11 t/m 6-12	Someya Nahali	• (Bijna) dagelijks contact gehad met middelbare scholen Leiden en omstreken voor het verzoek afname interviews, meerdere keren afgewezen
22-11	Someya Nahali	• Bezoek opleidingenmarkt ISW Naaldwijk
24-11	Someya Nahali / Jan Jaap Hubeek	• Gesprek identiteit Hogeschool Leiden (Pabo)
27-11	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Afstudeersessie
28-11	Someya Nahali / Maurits de Vries	• Update via de mail
4-12	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Afstudeersessie • Afspraak gemaakt afname interviews Montaigne Lyceum Den Haag
6-12	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Laatste feedback topic guide
8-12	Someya Nahali	• Afname diepte-interviews Montaigne Lyceum Den Haag
15-12	Someya Nahali	• Bezoek studiemarkt Christelijk Lyceum Delft • Afspraak gemaakt afname interviews CLD
16-12	Someya Nahali	• Bezoek open dag Hogeschool Leiden • Afname diepte-interviews open dag
19-12	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Afstudeersessie
20-12	Someya Nahali	• Afname interviews Christelijk Lyceum Delft
21-12	Someya Nahali / Agnita Mur	• Gesprek identiteit Hogeschool Leiden
2-1	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Laatste feedback
8-1	Someya Nahali / Piet Hein Coebergh	• Laatste afstudeersessie
10-1	Someya Nahali	• Inleveren eerste kans