

Markteffect B.V.
Keizersgracht 21C
5611 GC Eindhoven

Nieuwsbericht

Eindhoven, 21 juli 2010

Jongeren kiezen er massaal voor om verder te studeren, maar 35 procent weet nog niet wat

Vooraf VWO-ers en havisten willen na hun eindexamen gaan studeren (9 van de 10 scholieren). Een enkeling kiest ervoor om naar het buitenland te gaan of om te gaan werken. Onder MBO-ers is het aantal scholieren dat wil door leren wat lager (7 van de 10 scholieren). MBO-ers kiezen er eerder voor om na hun studie te gaan werken (bijna 1 van de 5 MBO-ers). Een enkele MBO-er weet nog niet wat hij gaat doen na de opleiding.

Dit blijkt uit het Nationaal Studiekeuze Onderzoek 2010 (NSKO 2010), waaraan maar liefst 5.200 Nederlandse scholieren uit de laatste twee leerjaren van het HAVO, VWO en MBO met niveau 4 hebben deelgenomen. Het NSKO is een grootschalig landelijk onderzoek dat jaarlijks wordt uitgevoerd door Markteffect, de Hobéon Groep en Icares. Het NSKO brengt in kaart hoe jongeren zich oriënteren op hun studiekeuze.

Niveau vervolgopleiding

De MBO-ers die verder willen studeren kiezen vooral voor een Bachelor op HBO-niveau (9 van de 10 MBO-ers). Het volgen van een Associate Degree (een tweejarige opleiding binnen het HBO niveau) is voor slechts 1 van de 10 MBO-ers favoriet. Ook havisten geven de voorkeur aan een Bachelor op HBO niveau (9 van de 10 havisten). Daarentegen kiezen VWO-ers vooral voor een opleiding op WO niveau (8 van de 10 VWO-ers). 2 Van de 10 VWO-ers kiest voor een HBO-bachelor.

Oriëntatie op een studie

Scholieren die verder willen studeren oriënteren zich vooral op een vervolgopleiding via voorlichting- of open dagen. Tevens bezoeken de scholieren websites van hogescholen/universiteiten of raadplegen zij vrienden en familie. Fysieke studiekeuzegidsen zoals de Keuzegids Hoger Onderwijs of de Elsevier Keuzegids vormen slechts voor een enkeling de bron van inspiratie.

Voor de landelijke bekendheid van Hogescholen geldt dat ruim een vijfde van de scholieren die willen kiezen voor een HBO-Bachelor zich oriënteert op de Hogeschool Utrecht. Tevens worden Fontys Hogescholen en Hogeschool van Amsterdam ieder voor bijna een vijfde van de scholieren meegenomen in het oriëntatieproces.

Scholieren die zich oriënteren op een studie aan een universiteit kijken vooral naar Universiteit Utrecht (39 procent), Universiteit van Amsterdam (29 procent), Radboud Universiteit Nijmegen (27 procent) of Universiteit Leiden (27 procent). Ook hier gaat het om het landelijke beeld.

Studiekeuze

Na de oriëntatiefase maken scholieren een keuze voor de studie, opleidingsaanbieder en de plaats waar ze willen gaan studeren.

Bij de keuze voor de studie spelen vooral de inhoud van de studie en de aantrekkelijkheid van het toekomstig beroep een rol. Ook vindt het merendeel van de scholieren het belangrijk dat zij met de studie veel verschillende kanten op kunnen en een goede kans op een baan hebben. Aan de hoeveelheid theorie, de moeilijkheidsgraad van de studie, de maatschappelijke relevantie en het salaris van het toekomstig beroep hechten scholieren bij de keuze minder waarde.

De keuze voor een opleidingsaanbieder wordt vooral bepaald door de gepercipieerde kwaliteit van het onderwijs en de indruk tijdens de open dag. De levensbeschouwelijke richting van de instelling is slechts voor een enkele scholier de bepalende factor bij de keuze voor een instelling.

De plaats van de studie wordt vooral gekozen op basis van het studentenleven. Het aantal inwoners van de locatie is het minst van belang. Toekomstige Ad (Associate Degree) studenten vinden het krijgen van een bijbaantje belangrijker.

Studenten die hun studiekeuze al gemaakt hebben

Iets meer dan de helft van alle scholieren (56 procent) heeft de keuze voor een vervolgopleiding al gemaakt. Deze keuze maakten zij vooral in de bovenbouw van het voortgezet onderwijs (havisten en VWO-ers) of tijdens het MBO (MBO-ers). Toekomstige HBO-bachelors die hun keuze al hebben gemaakt, kiezen vooral voor een opleiding binnen de sector economie, pedagogiek of techniek. Toekomstige WO-ers die

al weten wat zij gaan studeren, kiezen vooral voor een opleiding in de economie, gezondheidszorg of techniek. Bijna 1 op de 10 scholieren (9 procent) heeft al wel een keuze gemaakt over de studie maar twijfelt nog over de instelling waar zij de opleiding gaan volgen.

Het NSKO is een gezamenlijke productie van Markteffect, Icares en Hobéon, die dit jaar voor de derde keer is uitgevoerd. Bent u nieuwsgierig naar de complete rapportage? Of wilt u graag meer informatie hebben? Neem dan contact op met Edgar de Beule van Markteffect.

Nadere informatie over dit nieuwsbericht is op te vragen bij:

Markteffect B.V.

Keizersgracht 21C

5611 GC Eindhoven

Internet: www.markteffect.nl

Telefoon: 040 - 239 22 90

Edgar de Beule: 06 47 12 03 86

E-mail: info@markteffect.nl

//////////EINDE NIEUWSBERICHT//////////