



## De hervorming van het Duitse vwo-systeem (G8) en de gevolgen voor de studentenwerving

Een nationale enquête onder  
100 vwo-schooldecanen

# Context van de enquête

## Achtergrondinformatie

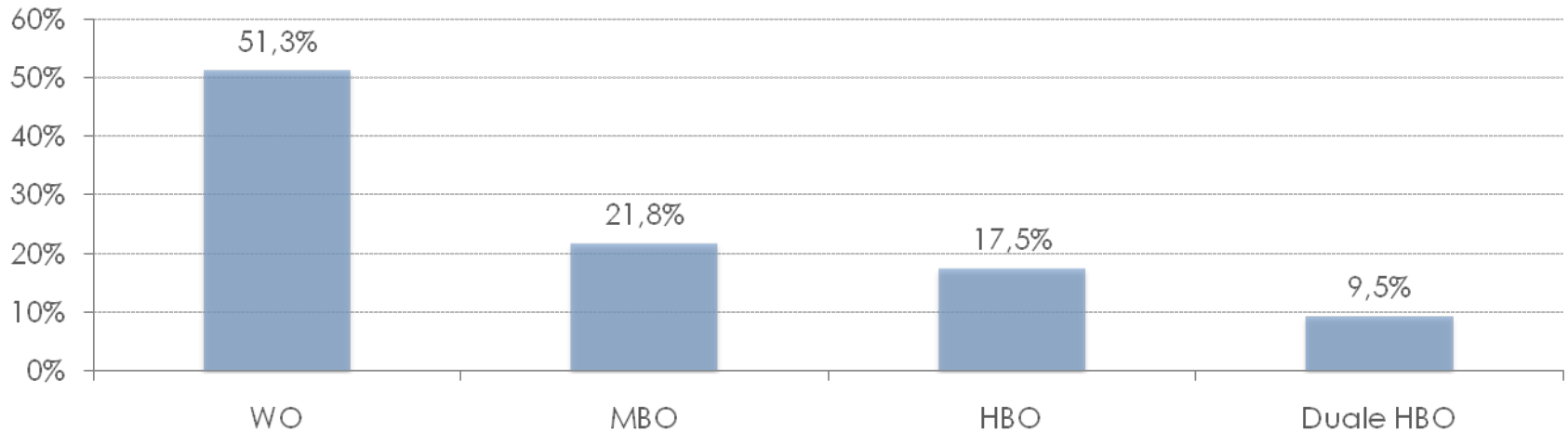
Duitsland maakt het vwo-systeem uniform in het kader van de zogenoemde "G8"-hervorming. Elf Duitse deelstaten verminderen de komende tijd het aantal schooljaren van negen naar acht. Daardoor ontstaan er tegelijkertijd dubbele vwo-klassen. In deelstaten die hierbij betrokken zijn sluiten tot en met 2016 behoorlijk meer scholieren de vwo af, dan zonder G8 het geval zou zijn geweest.

Ondanks politieke maatregelen ("Hochschulpakt") is het duidelijk dat het aantal beschikbare studieplekken niet genoeg is. Vwo'ers die op zoek zijn naar een studieplek, moeten mobiel worden om de studie van hun keuze te kunnen volgen.

## Doelstelling

Deze enquête heeft als doel om een overzicht te geven van de actuele studieadviesprocessen op het Duitse vwo. Hierbij staan de gevolgen van G8 centraal. De resultaten brengen in beeld hoe universiteiten en hogescholen met vrije capaciteiten van G8 kunnen profiteren.

## Voor welk studieprofiel kiezen uw scholieren na afsluiting van het vwo?

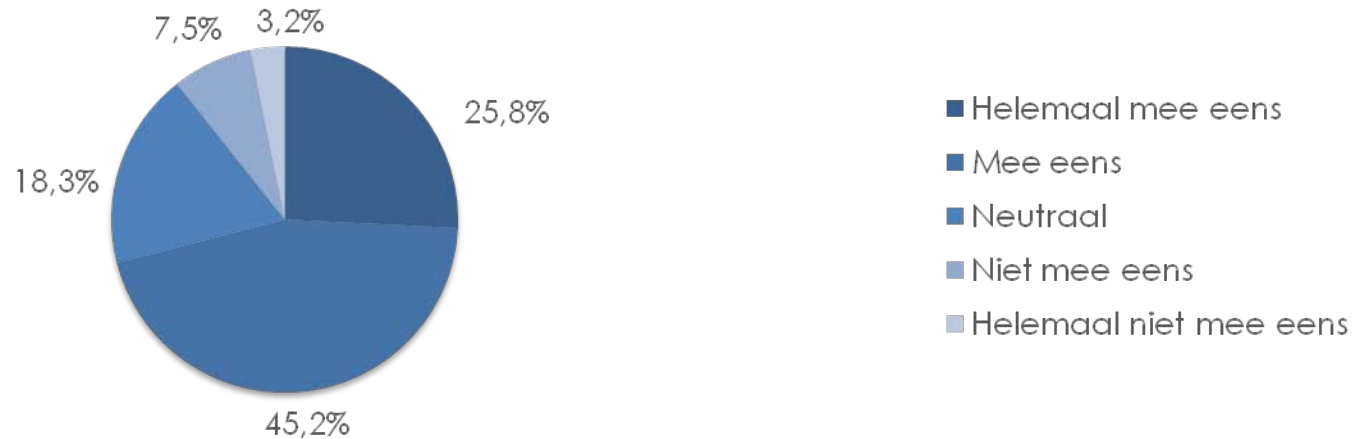


Omdat meer dan de helft van de scholieren met een universitaire studie begint, is te verwachten dat op dit gebied de grootste knelpunten ontstaan. Hogescholen zijn minder populair bij vwo'ers, maar zij moeten in de toekomst wel rekening houden met meer aanmeldingen. Vwo-scholieren, die door universiteiten worden afgewezen, zullen zich deels later nog bij een hogeschool aanmelden.

Ook leerlingen die normaal voor mbo-opleidingen of duale hbo-programma's kiezen maar nu geen plek vinden, zullen naar verwachting deels ook interesse tonen voor een hbo- of wo-opleidingen in andere deelstaten van Duitsland of in het buitenland.

## Beoordeel de volgende stelling:

„De politieke maatregelen zijn niet voldoende om de gevolgen van G8 op te vangen.”

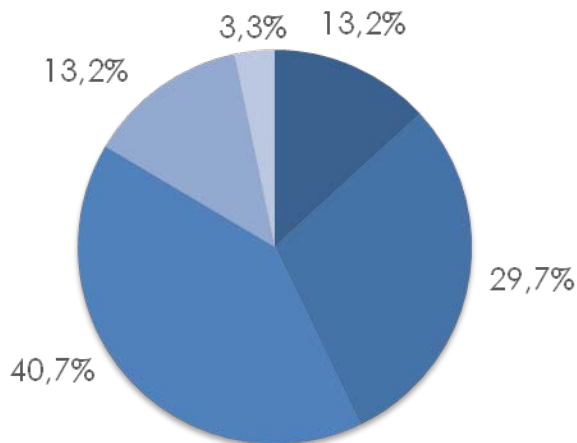


71% van de deelnemers meent dat de maatregelen van de overheid de gevolgen van G8 niet kunnen opvangen. Het bewust zijn van de problemen lijkt dus groot.

De meerderheid van de ondervraagde schooldecanen verwacht dat het voor een deel van hun scholieren niet zal lukken om een studieplek in hun eigen regio te krijgen. Daarom mogen we ervan uitgaan, dat schooldecanen veel belang hebben bij informatie over de alternatieve mogelijkheden voor hun leerlingen – bijvoorbeeld informatie over studeren in het buitenland.

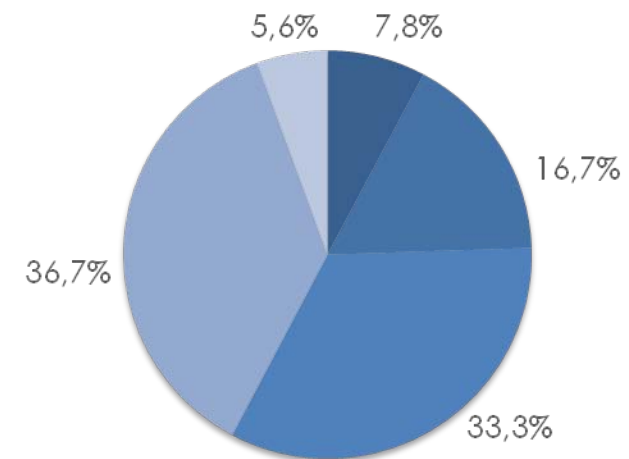
## Beoordeel de volgende stelling:

**"De scholieren weten dat het waarschijnlijk moeilijk zal zijn om een studieplek te vinden."**



**„De scholieren vragen eerder informatie over hun studiemogelijkheden aan.“**

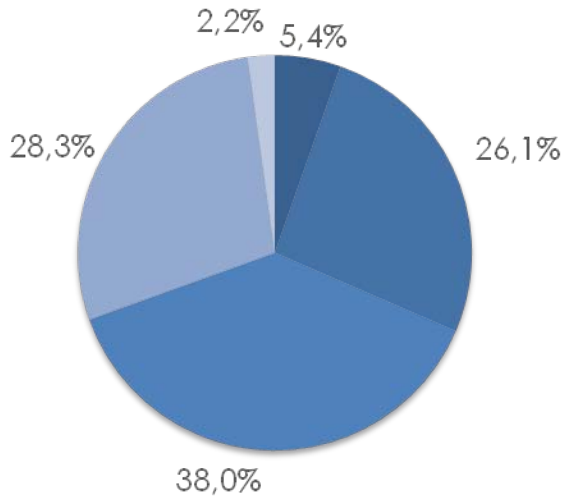
- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Neutraal
- Niet mee eens
- Helemaal niet mee eens



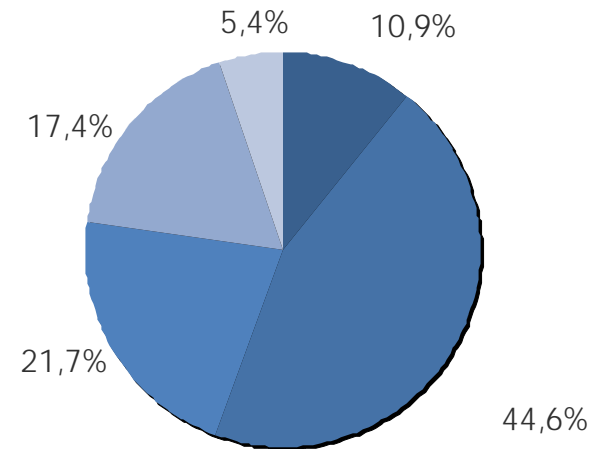
Hoewel de schooldecanen ervan uitgaan dat hun studenten een bewustzijn voor de G8-problemen hebben ontwikkeld, geven zij aan dat dit nauwelijks hun gedrag verandert. Het lijkt erop dat de meeste scholieren niet eerder beginnen met het aanvragen van informatie voor hun mogelijkheden.

## Beoordeel de volgende stelling:

„Buitenlandse universiteiten/hogescholen gaan van G8 profiteren.“



„Privé-universiteiten en hogescholen gaan van G8 profiteren.“

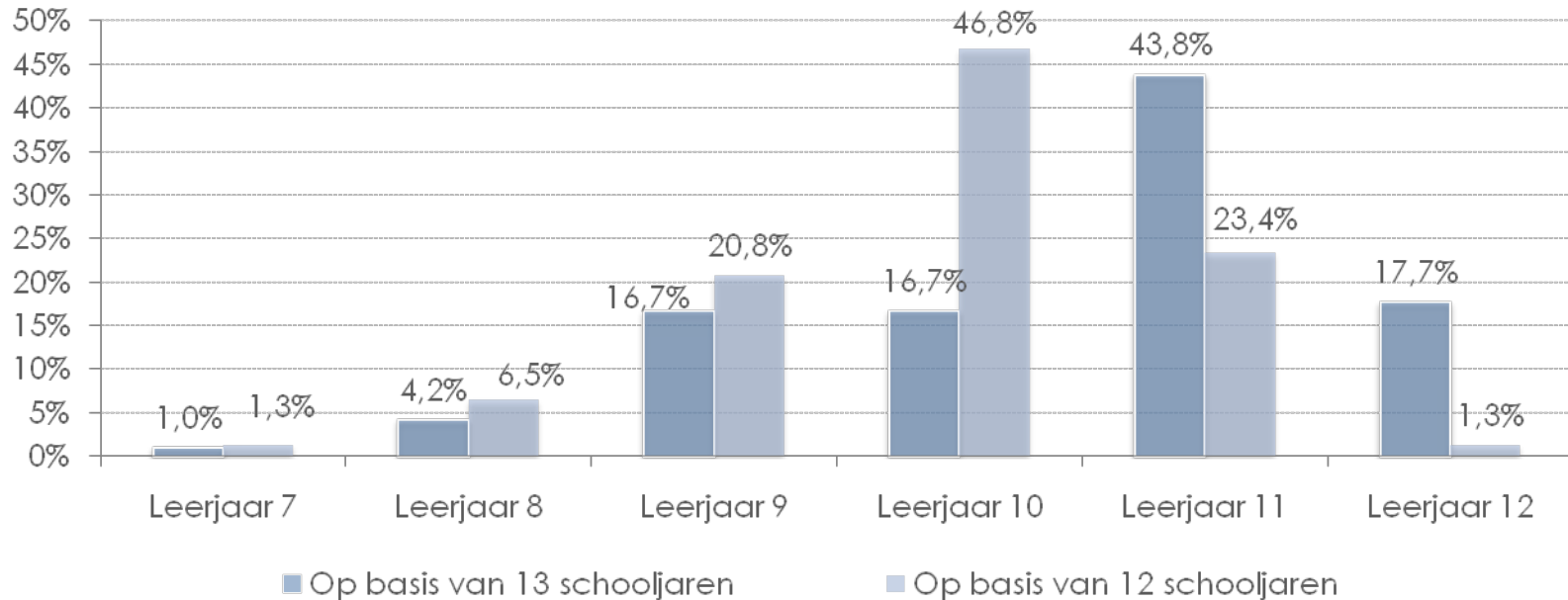


- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Neutraal
- Niet mee eens
- Helemaal niet mee eens

Over studeren in het buitenland hebben schooldecanen heel uiteenlopende meningen. Een kwart ziet er heel veel potentieel, een kwart heel weinig en meer dan een derde heeft een neutrale mening.

De deelnemers schatten de kansen van privé-universiteiten en hogescholen hoog in, 55.5% ziet deze instellingen als winnaars van G8.

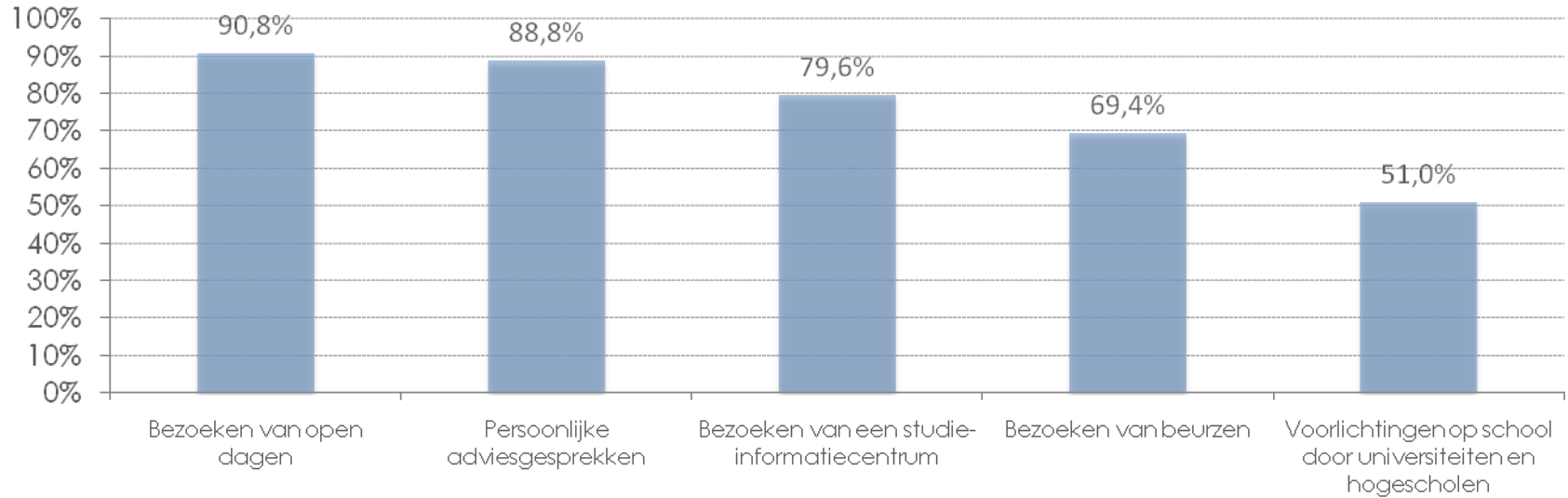
# Wanneer begint de adviesprocedure op uw school ?



De grafiek maakt duidelijk dat het studieadviesproces op scholen vanwege G8 nu meestal een jaar eerder begint.

De leeftijd van de doelgroep wordt lager en de universiteiten en hogescholen staan voor de uitdaging hun informatiemateriaal en evenementen aan te passen aan de nieuwe omstandigheden. De inhoud moet ook voor een 15-jarige verstandig en aansprekend zijn.

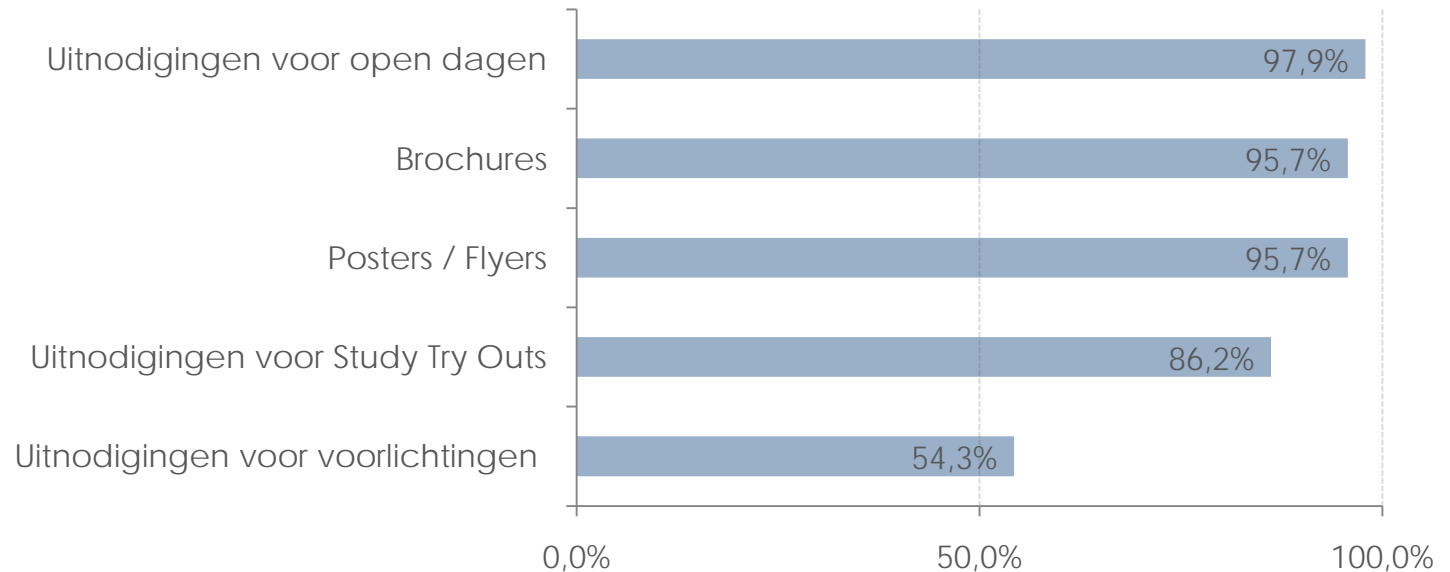
## Hoe ziet het studieadviesaanbod op uw school eruit?



Bijna alle scholen bieden de mogelijkheid aan voor het bezoeken van open dagen en het houden van persoonlijke adviesgesprekken. Een bezoek brengen aan het studie-informatiecentrum (van de Agentur für Arbeit) en aan studiebeurzen is wat minder populair, maar staat toch bij de meerderheid van de scholen op het programma.

Voorlichting op school door universiteiten en hogescholen in Duitsland vindt op ongeveer de helft van de vwo-scholen plaats.

## Wat bieden universiteiten en hogescholen u aan?

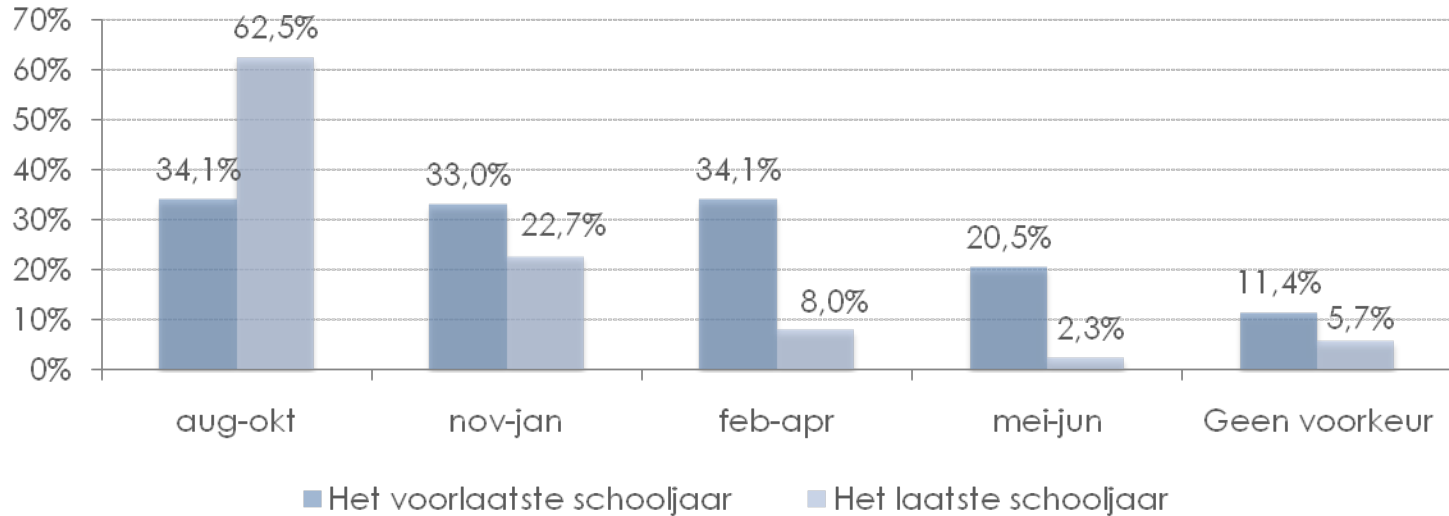


Open dagen, brochures en posters/flyers behoren tot het standaard repertoire van universiteiten en hogescholen. Oftewel: scholen ontvangen enorm veel gedrukt materiaal.

Door deze overvloed aan postzendingen hebben alleen universiteiten en hogescholen die positief opvallen een kans de leerlingen met een boodschap te bereiken.

In iets meer dan de helft van de gevallen presenteren universiteiten en hogescholen zich persoonlijk. Door dit beperkte aanbod bestaan er op dit moment grote kansen voor instellingen om zich via het communicatiekanaal "voorlichting" te onderscheiden van de concurrentie.

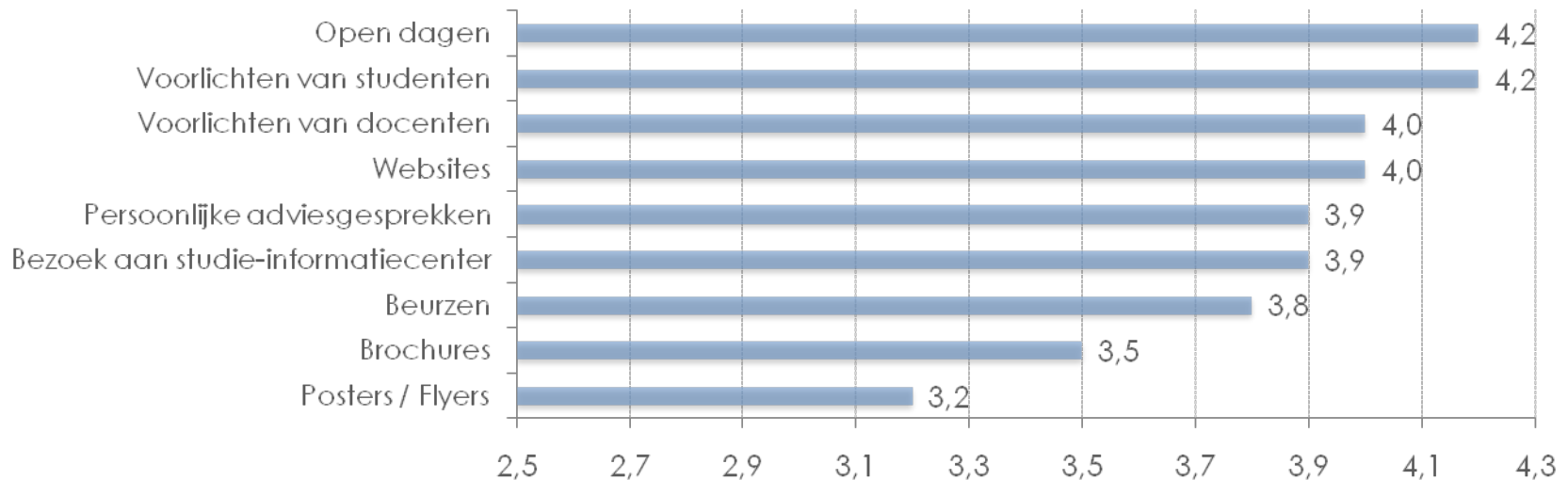
## Welke maanden zijn geschikt voor informatie-evenementen?



In het voorlaatste schooljaar zijn scholen meestal flexibel wat betreft het doorgeven van informatie rond evenementen. Alleen de maanden mei en juni lijken iets minder geschikt te zijn.

Voor het laatste schooljaar zijn de omstandigheden anders. Alleen de eerste twee maanden van het schooljaar noemen de decanen voor evenementen geschikt. Onderwijsinstellingen die vwo'ers willen bereiken, moeten de evenementen dus zo vroeg mogelijk plannen.

## Welke media en evenementen zijn naar uw mening geschikt voor studieadvies?

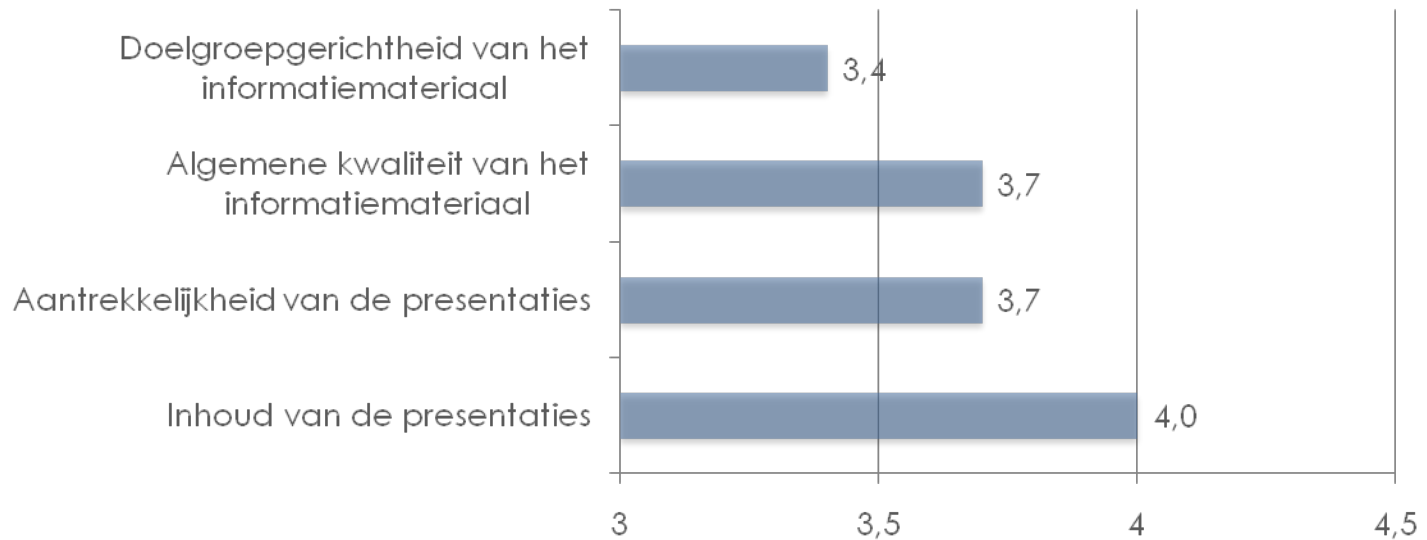


Scala: 1 (niet geschikt) –  
5 (heel geschikt)

Schooldecanen vinden dat het voordelig is om scholieren met studenten en docenten in contact te brengen, bijvoorbeeld door voorlichting. Zij geven de voorkeur aan voorlichting aan studenten.

Wat informatiemateriaal betreft beoordelen decanen informatieve websites bijzonder positief. Zij overstijgen brochures en andere gedrukte materialen duidelijk.

## Hoe goed is de kwaliteit van informatiemateriaal en evenementen?

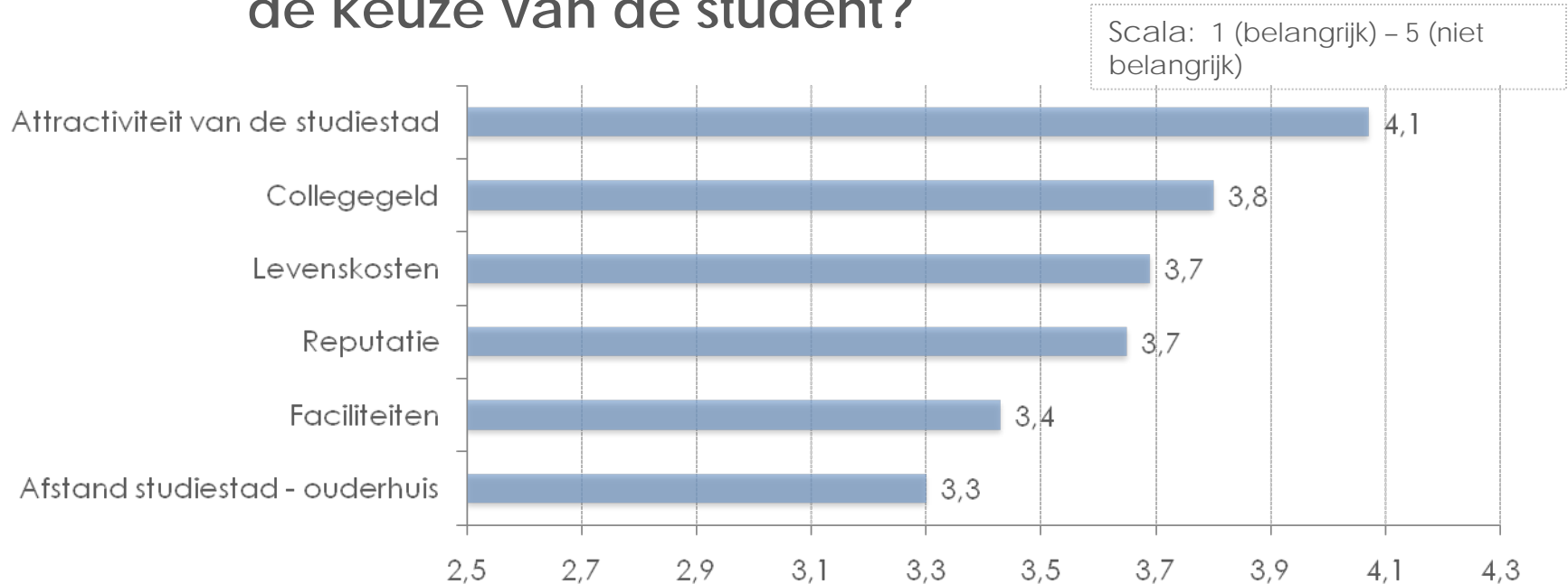


Scala: 1 (slecht) –  
5 (heel goed)

Schooldecanen die ervaring met voorlichtingen hebben, beoordelen de inhoud en aantrekkelijkheid als goed.

Ook de kwaliteit van het informatiemateriaal, zoals brochures en posters/flyers, beoordelen zij positief, maar qua doelgroepgerichtheid valt er toch wat te verbeteren. Onderwijsinstellingen is gevraagd om potentiële studenten informatiemateriaal ter beschikking te stellen, dat nog beter bij de belangstelling en behoeften van scholieren past.

## Hoe belangrijk zijn de volgende aspecten voor de keuze van de student?

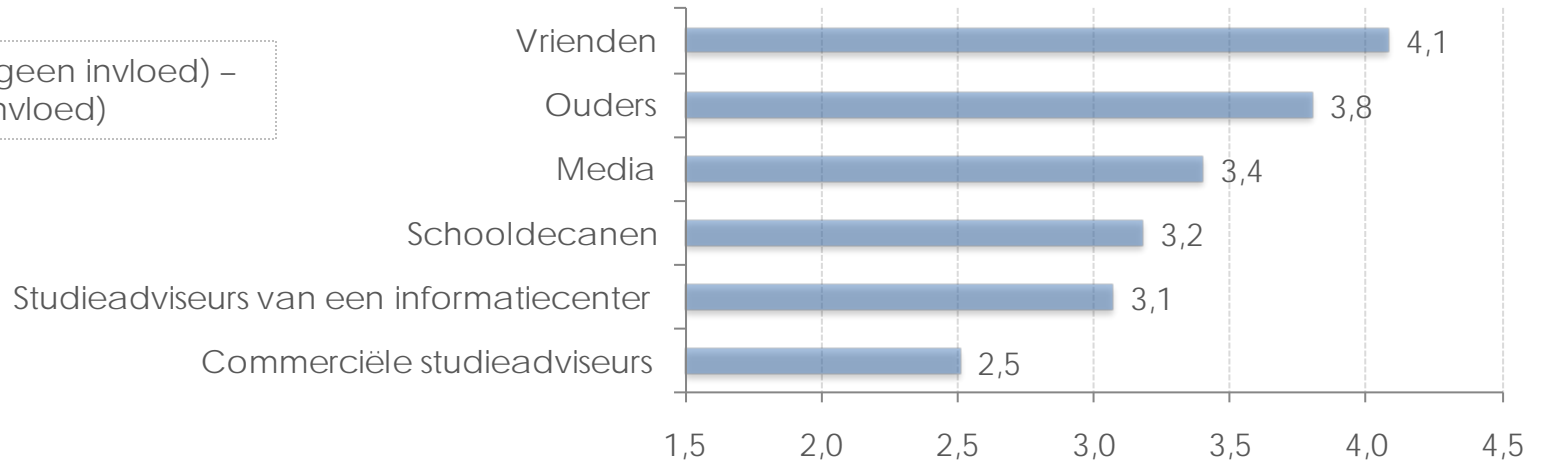


De schooldecanen denken dat hun scholieren meestal door factoren worden beïnvloed, die niet zo heel veel met de universiteit of hogeschool te maken hebben. De aantrekkelijkheid van de studiestad en de hoogte van het collegegeld worden als belangrijk ingeschat. Daarna volgen de levenskosten en de reputatie van de instelling. De faciliteiten en de afstand tot hun ouderlijk huis spelen een minder belangrijke rol.

Onderwijsinstellingen moeten in hun informatiemateriaal bij hun voorlichting dus niet alleen over hun instellingen en opleidingen informeren, maar ook ingaan op thema's als het leven in de studentenstad en financiële aspecten (studiefinanciering, Auslands-BAföG) van de studie.

## Welke invloed hebben de volgende groepen op de keuze van de student?

Scala: 1 (geen invloed) – 5 (grote invloed)



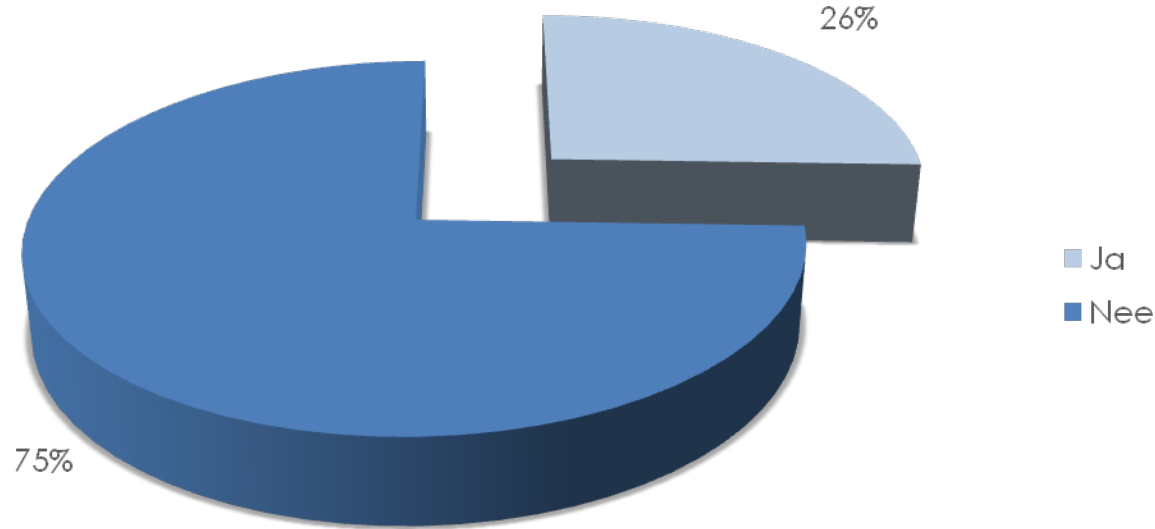
Vrienden vormen volgens de schooldecanen de meest invloedrijke groep. Hogescholen en universiteiten kunnen door een goede presentatie van hun instelling (gedrukt, web, evenementen...) profiteren: als zij scholieren overtuigen, informeren zij vaak ook hun vrienden (mond-tot-mondreclame). Dit gebeurt niet alleen op het schoolplein, maar vaak ook in social communities.

De tweede belangrijke groep invloedrijke mensen zijn de ouders. Hoewel de studenten na het vwo meestal meerderjarig zijn, lijken zij toch hun mening te waarderen.

Ook de media hebben volgens de deelnemers een grote invloed; dat biedt goede kansen voor beïnvloeding door onderwijsinstellingen.

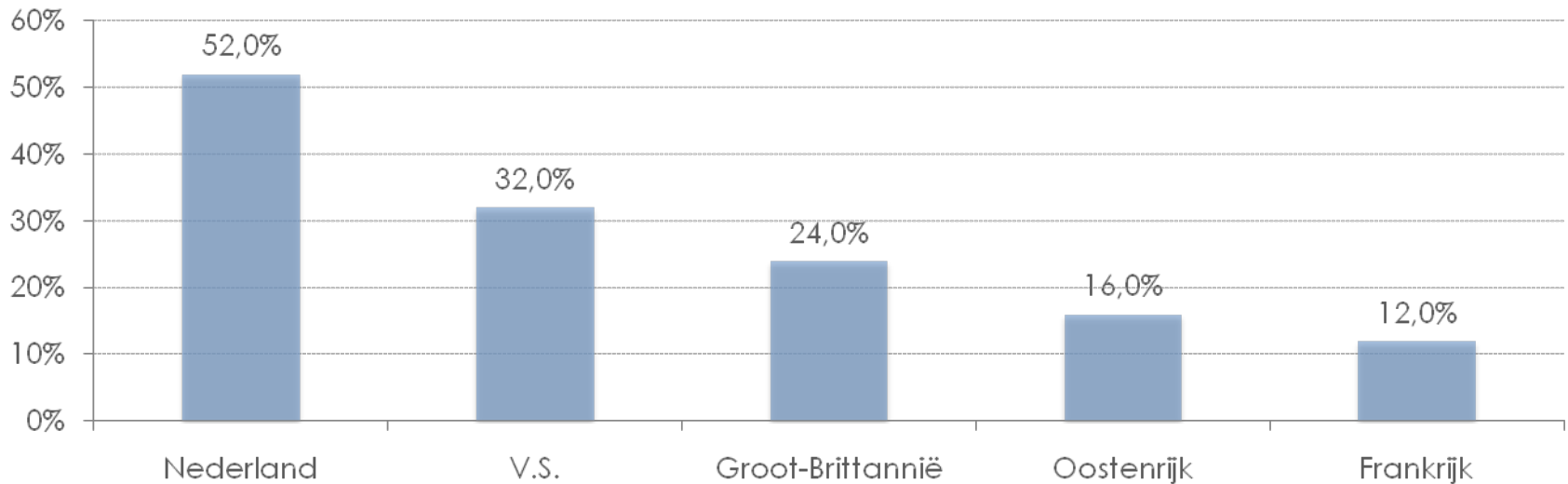
Hun eigen invloed schatten de schooldecanen als minder groot in.

## Adviseert u scholieren over studeren in het buitenland?



Slechts een kwart van de schooldecanen adviseert zijn scholieren over een buitenlandse studie. Dit wijst op een groot potentieel voor buitenlandse onderwijsinstellingen wat betreft verbetering van hun bekendheid.

## Welke landen beveelt u voor een buitenlandse studie aan?



Nederland is duidelijk het meest aanbevolen land. De marketingactiviteiten van Nederlandse onderwijsinstellingen lijken goede effecten te hebben. Het is ook waarschijnlijk dat schooldecanen een positieve feedback van voormalige scholieren over studeren in Nederland krijgen.

De V.S. en Groot-Brittannië bevelen decanen ook vaak aan. Dit kan deels worden verklaard door persoonlijke interesse en vakgebieden van de schooldecaan.

# Hoe wilt u geïnformeerd worden? (de meest genoemde antwoorden)

## Informatiekanalen:

- Persoonlijk contact (telefoongesprekken, evenementen voor leraren)
- Evenementen voor scholieren en leraren op school
- Via e-mail
- Via brochures en websites

## Belangrijke aspecten

- Voordelen van de hogeschool/universiteit moeten in de informatie centraal staan
- Informatie van nieuwe, onbekende studieprogramma's zijn interessant
- Teksten moeten het liefst kort zijn en zich beperken tot de belangrijkste informatie
- „Stand out from the masses“ - aangeven wat het onderscheidend vermogen is.
- Informatie is het meest belangrijk – a.u.b. een te sterke commerciële indruk voorkomen

# Conclusie

**De G8-hervorming verandert de randvoorwaarden van de studentenwerving in Duitsland. Voor de bachelormarketing van hogescholen en universiteiten uit Nederland geldt het volgende:**

- G8 biedt kansen voor Nederlandse onderwijsinstellingen. Het stijgende aantal vwo'ers kan de vrije capaciteiten oplossen.
- De leeftijd van de vwo-doelgroep voor bacheloropleidingen wordt lager, dus moet het informatiemateriaal hierop worden aangepast.
- Om van de voordelen van G8 te kunnen profiteren, moeten onderwijsinstellingen hun USP's benadrukken en op een geschikte manier presenteren. Het is belangrijk om gebruik te maken van verschillende communicatiekanalen voor studentenmarketing om de aandacht van de doelgroep te kunnen garanderen – bijvoorbeeld voorlichtingen en beurzen in verschillende deelstaten, intelligente reclame in pers en internetportalen, doelgroepgerichte evenementen, social media en e-mailmarketing.
- Voor de planning van evenementen en campagnes is het aan te raden om u te richten op de agenda van de scholen.