



Afstudeerscriptie voor de opleiding
Toegepaste Communicatie Wetenschap, Universiteit Twente, Enschede



Auteur: Anne Grundel
Opdrachtgever: Bonhoeffer College
Datum: 26 augustus 2005
Afstudeercommissie: Rob Klaassen & Sjoerd de Vries

Korte samenvatting

In opdracht van het Bonhoeffer College te Enschede, is een afstudeeronderzoek voor de opleiding Toegepaste Communicatie Wetenschap van de Universiteit Twente uitgevoerd, om de attitude ten opzichte van het Bonhoeffer College te beoordelen en om te kijken hoe de marketingcommunicatiemix van deze school verbeterd kan worden. Met interviews, een vragenlijst en een evaluatie van enkele communicatiemiddelen is onderzocht wat groep 8-leerlingen en ouders vinden van de marketingcommunicatiemix van het Bonhoeffer College. De leerlingen blijken bij de schoolkeuze vooral te letten op de moderne middelen op school en op de uitstraling van het schoolgebouw, terwijl ouders juist letten op de kwaliteit van het onderwijs. Hoewel dit de belangrijkste schoolkeuzecriteria zijn, scoort het Bonhoeffer College het hoogst op de criteria 'sfeer op school' en 'kwaliteit van het onderwijs'. Geconcludeerd kan worden dat er in de communicatiemiddelen meer op de belangrijke schoolkeuzecriteria ingespeeld moet worden. Tevens is een andere indeling van de marketingcommunicatiemix aan te raden. Op dit moment vindt de meeste werving plaats in december, januari en februari. Echter, later in het schooljaar is ook behoefte aan informatie. Maar niet alleen een verschuiving van de middelen is belangrijk, ook kunnen een aantal middelen beter vervangen worden, aangezien sommige middelen nauwelijks bekend zijn.

Abstract

For Bonhoeffer College in Enschede, a graduation study for the institute Applied Communication Studies of the Twente University is carried out, to measure the attitude with regard to Bonhoeffer College and to find out how the marketing communication mix of this secondary school could be improved. Through interviews, questionnaires and an evaluation of some of the means of communication is investigated what pupils from the highest class of primary school, and their parents, think of the marketing communication mix of Bonhoeffer College. Pupils pay the most attention to the educational tools and the appearance of the school building, while parents pay most attention to the quality of education. Although these criteria are the most important ones, Bonhoeffer College scores highest at the school's atmosphere and quality of education. In the means of communication, there has to be paid more attention to the most important criteria. But that's not the only change in the marketing communication mix, the mix should also be divided differently. Right now, most of the means are brought into action in december, january and february, while pupils and parents also long for communication from the school later in the school year. Not only a shift in the communication means is important, it is also important to replace some means by another, because some of the means are hardly known by the target group.

Lange samenvatting

In dit rapport staat een onderzoek centraal naar de effectiviteit van leerlingwerfcampagnes voor de middelbare school. Onderzocht is, welke factoren een belangrijke rol spelen in het proces, waarbij groep 8-leerlingen en ouders op het punt staan een keuze te maken voor de middelbare school. De opdrachtgever voor het onderzoek is het Bonhoeffer College te Enschede, een interconfessionele middelbare school met zeven locaties. Het is een brede school, dat wil zeggen dat elke leerling hier terecht kan.

Uit een literatuurstudie en een vooronderzoek moest blijken welke schoolkeuzecriteria een belangrijke rol spelen in het keuzeproces. Het vooronderzoek werd uitgevoerd bij een aantal basisscholen in Enschede en Hengelo. In totaal werden 32 leerlingen en 32 ouders middels een interview ondervraagd. Eerst werd een open vraag gesteld, waarop respondenten zoveel mogelijk schoolkeuzemotieven konden noemen. Vervolgens werden hen achttien motieven voorgelegd, waarvan zij op een 4-puntsschaal konden aangeven in welke mate dit criterium voor hen al dan niet belangrijk was.

Er werden zes criteria genoemd, die zowel voor leerlingen als ouders erg belangrijk zijn. Dat zijn de sfeer op school, de kwaliteit van het onderwijs, de moderne middelen waarover de school beschikt voor het leren, de leraren op de school, de persoonlijke aandacht voor het kind en hoe het schoolgebouw eruit ziet. Daarnaast speelt voor ouders het percentage allochtonen op school ook een belangrijke rol. Voor leerlingen is dit laatste niet van belang.

De uit de literatuur en het vooronderzoek naar voren gekomen schoolkeuzecriteria, vormden de input voor het hoofdonderzoek. In het hoofdonderzoek werd namelijk bekeken hoe het Bonhoeffer College 'scoort' op deze belangrijke criteria. Dit is echter niet het enige dat in het hoofdonderzoek aan de orde kwam. Ook werd gekeken naar de rol die verschillende communicatiemiddelen spelen in het keuzeproces en naar het moment waarop die middelen het beste kunnen worden ingezet.

Het hoofdonderzoek werd uitgevoerd onder tien Enschedese basisscholen. In totaal vulden 248 groep 8-leerlingen en 81 ouders van groep 8-leerlingen een vragenlijst in. De vragenlijst werd door de leerlingen klassikaal ingevuld. De ouders van deze leerlingen werden via hen bereikt. De leerling nam een vragenlijst voor zijn ouders mee naar huis en deze kon dan teruggebracht worden naar de basisschool of rechtstreeks naar het Bonhoeffer College worden teruggestuurd.

Uit het hoofdonderzoek is gebleken dat respondenten vooral tevreden zijn over de sfeer op het Bonhoeffer College en over de kwaliteit van het onderwijs, terwijl voor leerlingen de moderne middelen van de school en het schoolgebouw heel belangrijk is bij het oordeel over de school. Bij ouders is dit de kwaliteit van het onderwijs. Het Bonhoeffer College scoort het slechtst op het gebouw. Een aantal schoolgebouwen ziet er ook nogal verouderd uit.

Ook bleek uit het hoofdonderzoek welke communicatiemiddelen een belangrijke rol spelen in het keuzeproces. Het Bonhoeffer College zet ongeveer vijftien externe communicatiemiddelen in, die betrekking hebben op de werving van leerlingen. De drie meest bekende middelen, zowel voor leerlingen als ouders, zijn de website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school'. De laatste twee middelen worden tevens het meest gebruikt, evenals de locatie-informatiegids en de schoolgids.

Tevens is in het hoofdonderzoek gevraagd of de mening van 'relevante anderen' belangrijk is bij het maken van de schoolkeuze. Verschillende groepen uit de omgeving van leerlingen en ouders werden verondersteld belangrijk te zijn. Echter, voor de leerling telt alleen de mening van zijn ouders en voor ouders telt alleen de mening van het kind dat in groep acht zit.

Als laatste werd gevraagd naar het moment waarop de schoolkeuze gemaakt wordt. Daaruit bleek dat een derde van alle leerlingen in groep zeven al weet naar welke school zij toe willen. Van die leerlingen die de keuze wel in groep acht maken, maakt een groep van 11% de keuze voor de kerstvakantie. De meeste leerlingen maken de keuze echter na de kerstvakantie. Maar liefst 60% van alle respondenten geeft aan de keuze voor de middelbare school niet te maken, eer de Open Huis Dagen zijn bezocht. Deze

dagen staan een maand na de kerstvakantie gepland. In die periode begint de oriëntatie op de middelbare school serieuze vormen aan te nemen. Echter, er is ook nog een behoorlijke groep leerlingen die de uitslag van de Cito-toets af wil wachten.

Nu uit het hoofdonderzoek is gebleken welke communicatiemiddelen een grote rol spelen en welke middelen een minder grote rol, werden een aantal middelen in een kwalitatief onderzoek inhoudelijk getest. De middelen die hiervoor in aanmerking kwamen, zijn de website, de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school' en de Open Huis Krant. Deze middelen werden elk door drie groep 8-leerlingen, drie brugklasleerlingen en drie ouders van groep 8-leerlingen beoordeeld.

In grote lijnen bleek dat men over de inhoud vaak wel tevreden was. De vormgeving werd wel vaak negatief beoordeeld. In veel gevallen werd opgemerkt dat kleuren, lettertypes en lettergroottes niet consequent gebruikt werden. Ook was men niet te spreken over het grote tekstaanbod, dat maar weinig afgewisseld werd met foto's.

Wordt nu, na het uitvoeren van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek, bekeken welke factoren bepalend zijn voor de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne, dan kan geconcludeerd worden dat er zeven factoren zijn die een grote rol spelen:

- de moderne middelen voor het leren;
 - de kwaliteit van het onderwijs;
 - hoe het schoolgebouw eruit ziet;
 - de sfeer op school;
 - de persoonlijke aandacht voor de leerling;
 - de Open Huis Dag;
 - goede communicatie op het juiste moment;
-

Management Summary

Aanleiding

Bij het Bonhoeffer College is vastgesteld dat de marketingcommunicatiemix mogelijk aan verbetering toe is. Hiertoe is een onderzoek uitgevoerd onder de primaire doelgroep om te beoordelen op welke onderdelen en op welke wijze dit mogelijk zou zijn. In het kader van een afstudeeropdracht voor de opleiding Toegepaste Communicatie Wetenschap aan de Universiteit Twente, heeft dit onderzoek plaatsgevonden.

Aanbevelingen

- In de communicatie moeten de belangrijkste schoolkeuzecriteria, kwaliteit van het onderwijs, moderne middelen en het schoolgebouw, goed benadrukt worden.
- Geadviseerd wordt om de doelgroep te segmenteren nu blijkt dat leerlingen en ouders waarde hechten aan verschillende aspecten van de school.
- Het is beter om niet elk communicatiemiddel te blijven gebruiken. Alleen de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia is rendabel, de overige advertenties niet. Datzelfde geldt voor het spotje in de bibliotheek van Enschede en voor de sponsoring van een aantal Enschedese voetbalclubs.
- Van het uitgespaarde geld kan beter een nieuw middel ontworpen worden, de voorkeur gaat uit naar een flyer. Deze flyer dient onafhankelijk van een bepaald formaat ontworpen te worden, zodat het middel multi-inzetbaar is.
- De Open Huis Dagen worden erg belangrijk gevonden. Tijdens deze dagen moet erop gelet worden dat de belangrijke criteria goed worden belicht, bijvoorbeeld door te zorgen voor een goede bewegwijzering naar het studiehuis.
- Na de Open Huis Dagen wordt nu nauwelijks nog aan werving gedaan. Toch is dit wel belangrijk, omdat veel leerlingen de schoolkeuze dan nog niet gemaakt hebben. Het boekje 'Jouw nieuwe school' komt hiervoor het meest in aanmerking, omdat het steeds werd uitgereikt in combinatie met een presentje, dit jaar het CD-opbergdoosje. Op die manier wordt meteen voorzien in de behoefte om de doelgroep ook na de Open Huis Dagen aan te spreken vanuit de school.
- De vormgeving van de geëvalueerde middelen is aan verbetering toe. De lezer wordt meer uitgenodigd om te lezen wanneer de structuur beter is en wanneer grote stukken tekst meer worden afgewisseld met foto's of illustraties.

Motivatie

Respondenten gaven in het onderzoek aan zes criteria van de middelbare school heel belangrijk te vinden; de sfeer op school, de kwaliteit van het onderwijs, de moderne middelen om te leren, de leraren die er werken, de persoonlijke aandacht voor de leerling en hoe het schoolgebouw eruit ziet. Gebleken is dat het Bonhoeffer College erg goed scoort op de twee eerstgenoemde punten, terwijl de moderne middelen, de kwaliteit van het onderwijs en hoe het schoolgebouw eruit ziet, sterk samenhangen met het oordeel over de school. Deze punten moeten daarom steeds in de communicatie benadrukt worden.

Na het onderzoeken van de communicatiemiddelen, bleek dat het ene middel een grotere rol speelde dan het andere middel. Om het PR & communicatiebudget zo goed mogelijk te benutten, is het van belang een aantal niet relevante middelen te schrappen uit de mix. Het geld dat hiermee uitgespaard wordt, kan gebruikt worden om een ander middel in te zetten en een aantal andere middelen inhoudelijk te verbeteren. Eveneens is het belangrijk om ook na de Open Huis Dagen nog iets aan werving te doen, omdat bijna de helft van de leerlingen en ouders de keuze dan nog niet gemaakt heeft.

Consequenties

- Het nieuw te ontwerpen communicatiemiddel moet qua ontwerp en verspreiding binnen €10.000 gerealiseerd kunnen worden. Ook het wijzigen van een aantal middelen op het gebied van inhoud en vormgeving brengt kosten met zich mee die in de meest ideale situatie uit dit potje betaald kunnen worden.
 - Verwacht wordt dat met deze wijzigingen meer tevredenheid zal ontstaan onder de doelgroep, wat zich mogelijk uit in een hoger aantal nieuwe aanmeldingen.
-

Voorwoord

Na drieënhalf jaar colleges volgen, boeken lezen en tentamenstress werd het tijd om het theoretische gedeelte van de opleiding Toegepaste Communicatie Wetenschap in de praktijk te brengen. De uitdaging daarbij was om dat zo goed mogelijk te doen, zodat het Bonhoeffer College tevreden kan zijn met de uitkomst van de opdracht, maar zodat ik ook zelf tevreden terug kan kijken op een geslaagde opdracht.

Uiteraard was de uitvoering van deze opdracht niet gelukt, als ik hier niet terecht had gekund. Hiervoor wil ik Arie van Ommeren, rector van het Bonhoeffer College, en Anke van der Vegt, stafmedewerker communicatie en kwaliteitszorg en mijn begeleidster gedurende deze periode, hartelijk danken. Anke, bedankt voor het constant meedenken met mij en voor de tips die je gaf om bepaalde zaken zo goed mogelijk uit te kunnen voeren.

Vooraf leek het benaderen van basisscholen leek een moeilijk proces te worden. In totaal werkten zestien Enschedese basisscholen en vijf Hengelose basisscholen mee aan dit onderzoek. Vooraf leek het moeilijk te worden om zoveel medewerking voor elkaar te krijgen. Anke vertelde me dat elke Bonhoeffer-locatie zijn eigen contactpersoon had voor het contact met de basisscholen. Misschien dat deze mensen mij daarbij wel zouden willen helpen... Hans Berkien, Erik Gerritsen en Sandra Wiersma, die steeds voor mij gebeld, gemaïld en teruggebeld hebben, wil ik hierbij hartelijk danken voor de moeite die zij genomen hebben, om dit onderzoek tot een succes te maken.

Voor u ligt nu mijn rapport. Iedereen die het leest, wens ik veel leesplezier!

Anne Grundel

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding	3
1.1 Inleiding	3
1.2 Onderzoekscontext	3
1.3 Aanleiding voor het onderzoek	4
1.3.1 Theoretische aanleiding	4
1.3.2 Praktische aanleiding	5
1.4 Probleemstelling	5
1.4.1 Onderzoeksvragen en probleemstelling	6
1.4.2 Bespreking van begrippen uit de probleemstelling	7
1.5 Doel van de opdracht	8
1.6 Opzet scriptie	8
Hoofdstuk 2: Effectiviteit van leerlingwerfcampagnes	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Schoolkeuzeproces	9
2.2.1 Schoolkeuzeproces in de jaren '90	10
2.2.2 Schoolkeuzeproces in deze eeuw	11
2.2.3 Samenvatting	11
2.3 Menselijk gedrag verklaren	12
2.3.1 Expectancy Value Model	12
2.3.2 Theorie van gepland gedrag	13
2.3.3 Theorie van beredeneerd gedrag	14
2.3.4 Samenvatting	14
2.4 Gepland mediagebruik	15
2.4.1 Mediakeuzemodel	15
2.4.2 Planningsmodellen	16
2.4.3 Samenvatting	17
2.5 Evaluatiemodel leerlingwerfcampagne	18
Hoofdstuk 3: Criteria die een rol spelen bij de schoolkeuze	21
3.1 Inleiding	21
3.2 Meten van de criteria die een belangrijke rol spelen	21
3.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode	21
3.2.2 Onderzoeksinstrument	22
3.2.3 Respondenten	23
3.2.4 Onderzoeksprocedure	25
3.3 Resultaten	26
3.3.1 Motieven voor schoolkeuze; open vraag	27
3.3.2 Motieven voor schoolkeuze; geschaalde vragen	29
3.4 Conclusies	33
3.4.1 Belangrijke criteria; literatuur	33
3.4.2 Belangrijke criteria; open vraag	33
3.4.3 Belangrijke criteria; geschaalde vragen	34
3.4.4 Belangrijkste criteria	34

Hoofdstuk 4: Score voor het Bonhoeffer College; criteria & middelen	35
4.1 Inleiding	35
4.2 Meten van de score op belangrijke criteria en middelenmix	35
4.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode	35
4.2.2 Onderzoeksinstrument	36
4.2.3 Respondenten	38
4.2.4 Onderzoeksprocedure	40
4.2.5 Pretest van de vragenlijst	41
4.3 Resultaten	42
4.3.1 Belangrijke schoolkeuzecriteria	43
4.3.2 Score van het Bonhoeffer College op de belangrijke criteria	45
4.3.3 Mening van anderen	51
4.3.4 Rol van de communicatiemiddelen	53
4.3.5 Moment waarop de schoolkeuze gemaakt wordt	62
4.4 Conclusies	67
4.4.1 Belangrijke schoolkeuzecriteria	67
4.4.2 Score van het Bonhoeffer College op de belangrijke criteria	67
4.4.3 Rol van de communicatiemiddelen	68
4.4.4 Moment waarop de schoolkeuze gemaakt wordt	70
 Hoofdstuk 5: Evaluatie van belangrijke communicatiemiddelen	 71
5.1 Inleiding	71
5.2 Evalueren van de communicatiemiddelen	71
5.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode	71
5.2.2 Onderzoeksinstrument	73
5.2.3 Respondenten	74
5.2.4 Onderzoeksprocedure	75
5.3 Resultaten	75
5.3.1 Website	75
5.3.2 Locatiefoldertjes	77
5.3.3 'Jouw nieuwe school'	78
5.3.4 Open Huis Krant	78
5.4 Conclusies	79
 Hoofdstuk 6: Conclusies	 81
 Hoofdstuk 7: Aanbevelingen	 85
 Hoofdstuk 8: Reflectie & Discussie	 89
 Literatuur	
 Bijlagen	

1. Inleiding

1.1 Inleiding

In het laatste jaar van de basisschool staan leerlingen en ouders voor de keuze van een school voor vervolgonderwijs. Daarbij gaat het niet alleen om de keuze voor een bepaald schooltype, maar ook om de keuze voor een bepaalde school. Net als bij de keuze van het schooltype hebben sommige leerlingen en ouders de keuze voor een middelbare school snel gemaakt, terwijl andere leerlingen en ouders minder snel hun keuze maken en verschillende mogelijkheden tegen elkaar afwegen.

Middelbare scholen zijn zich in de loop der jaren meer en meer als concurrenten ten opzichte van elkaar gaan gedragen. Elke leerling telt en om zoveel mogelijk leerlingen te werven, zijn middelbare scholen, net als bedrijven, gedwongen om aan marketing te doen (Witziers & De Groot, 1993). Tot op heden is er nog niet veel onderzoek uitgevoerd op het gebied van marketing in het onderwijs, laat staan in het voortgezet onderwijs. Toch is het Bonhoeffer College te Enschede, de school die in deze scriptie centraal staat, benieuwd naar de invloed die verschillende van hun communicatiemiddelen hebben op het keuzeproces voor een middelbare school.

Om een antwoord te vinden op die vraag wordt in dit onderzoek eerst nader ingegaan op de vraag welke criteria bepalend zijn voor leerlingen en hun ouders met betrekking tot de school die zij kiezen. Behalve het verwerven van inzicht in het keuzeproces van leerlingen en ouders, is het Bonhoeffer College ook geïnteresseerd in het antwoord op de vraag hoe de marketingcommunicatiemix van het Bonhoeffer College zo goed mogelijk kan worden ingericht.

In dit inleidende hoofdstuk wordt eerst de context, waarin het onderzoek plaatsvindt, beschreven. Tevens wordt een korte introductie van het Bonhoeffer College gegeven (paragraaf 1.2). Vervolgens wordt in paragraaf 1.3 ingegaan op de aanleiding voor het onderzoek. Aansluitend wordt ingegaan op de onderzoeksvragen en de probleemstelling (paragraaf 1.4). In paragraaf 1.5 komt het doel van de opdracht aan de orde en tot slot wordt belicht hoe de opbouw van de scriptie eruit zal komen te zien (paragraaf 1.6).

1.2 Onderzoekscontext

In Enschede hebben kinderen die naar de basisschool gaan ruime keuzemogelijkheden. Er zijn 82 basisscholen in Enschede gevestigd. Deze basisscholen variëren van openbaar tot katholiek en van islamitisch tot vrij onderwijs. Er is dus voor elk wat wils.

Wanneer deze leerlingen na het afronden van de basisschool een keuze moeten maken voor een middelbare school in Enschede, is de keuzeruimte al veel beperkter. Scholieren hebben dan keus uit vier scholen waaraan ze middelbaar onderwijs kunnen volgen. Op het AOC Oost kunnen leerlingen terecht voor Voorbereidend Middelbaar Beroeps Onderwijs (VMBO) in de richting Groen. Op deze school zitten ongeveer 900 leerlingen. Het Bonhoeffer College is een interconfessionele school, waar het onderwijsaanbod strekt van Praktijkonderwijs tot en met het gymnasium. Hier zitten ruim 3600 leerlingen op school. Het Greijdanus College in Enschede is een onderbouwschool. Leerlingen kunnen daar terecht voor VMBO tot en met VWO. Het Greijdanus College is een sterk gereformeerde school met ongeveer 300 leerlingen. Om het gereformeerde karakter van de school te handhaven kun je hier alleen terecht wanneer je bent aangesloten bij de Gereformeerde Kerk. Tot slot kun je in Enschede middelbaar onderwijs volgen aan Het Stedelijk Lyceum. Dit is een openbare school. Ook hier strekt het onderwijsaanbod van Praktijkonderwijs tot en met het gymnasium en er gaan ruim 4000 leerlingen naar deze school.

Het Bonhoeffer College te Enschede bestaat als zodanig eigenlijk nog niet zo lang. Het Ichthus College en het Jacobus College zijn per 1 augustus 2001 gefuseerd tot het Bonhoeffer College. In 2002 en 2003 zijn daar nog enkele zelfstandig opererende middelbare scholen bijgekomen. Inmiddels is het Bonhoeffer College uitgegroeid tot een scholengemeenschap met zeven verschillende locaties, te weten de Bruggertstraat, de Geessinkweg, de Kuipersdijk, de Lijsterstraat, het Mekkelholtspad, de Van der Waalslaan

en de Wethouder Beversstraat. Voor de hele scholengemeenschap bestaat een centrale missie met dezelfde uitgangspunten. Hierbinnen hebben de locaties echter de ruimte om eigen beleid te voeren en zelf prioriteiten te stellen. De missie van de school is onder andere het bijdragen aan de ontwikkeling van jonge mensen tot christelijke wereldburgers in een mondige en geseclariseerde huidige maatschappij.

Het Bonhoeffer College is een brede scholengemeenschap. Dit houdt in dat de school voor elke leerling een passende plek heeft. Niet alleen kan elke groep 8-leerling zich aanmelden, ook kan eenvoudig worden overgestapt van de ene naar de andere afdeling. Niet op iedere locatie wordt elke onderwijsvorm aangeboden. In tabel 1.1 wordt weergegeven op welke locatie, gedurende welke periode, welk soort onderwijs wordt aangeboden.

Tabel 1.1
Overzicht locaties met onderwijsaanbod

Locatie	Onderwijsaanbod	Leerjaar
Bruggertstraat	VMBO-T, HAVO, atheneum, gymnasium	Alle leerjaren
Geessinkweg	VMBO-T, HAVO, atheneum, gymnasium	VMBO-T & HAVO: alle leerjaren atheneum & gymnasium: leerjaar 1 t/m 3
Kuipersdijk	LWOO, VMBO	Leerjaar 3 en 4
Lijsterstraat	VMBO Zorglocatie	Alle leerjaren
Mekkelholtspad	Praktijkonderwijs	Alle leerjaren
Van der Waalslaan	VMBO-T, HAVO, atheneum, gymnasium	Alle leerjaren
Weth. Beversstraat	LWOO, VMBO, HAVO, atheneum, gymnasium	Leerjaar 1 en 2

1.3 Aanleiding voor het onderzoek

Zowel de theoretische als de praktische aanleiding voor het onderzoek, worden besproken.

1.3.1 Theoretische aanleiding

Hoewel onderwijsmarketing een term op zich is geworden (Kotler & Fox, 1995), is daar in de literatuur nog niet veel over gepubliceerd. Wel is bekend dat er in de onderwijswereld recentelijk enkele campagnes zijn opgestart.

In 1998 is begonnen met een algemene campagne 'Je groeit in het onderwijs' om meer mensen voor de klas te krijgen. De PABO studentenwervingscampagne was daar een specifiek onderdeel van. Daarbij werden middelen gebruikt als brochures, wervingsmateriaal voor de PABO's, een stand op de jaarlijkse Studiebeurs en een serie affiches en advertenties met kinderfoto's van bekende Nederlanders, zoals 'Wie heeft Paul Witteman leren luisteren?' (www.minocw.nl 2005).

Een jaar eerder, in 1997, werd in het westen van Nederland een andere campagne opgestart. Deze campagne wilde 50 studenten aantrekken naar de HBO-V VU variant te Diemen, een samenwerkingsverband van de Hogeschool Holland te Diemen en het VU Medisch Centrum te Amsterdam. Er werd een reclamecampagne opgestart onder de naam 'Reality. Not TV'. Gedurende deze campagne werden spotjes op TMF getoond, werd er geadverteerd in de Trouw, de Volkskrant en het Parool, er werden gratis

Boemerangkaarten en informatieve folders in Amsterdam en omgeving verspreid en voorlichtingsbijeenkomsten werden georganiseerd (www.vumc.nl 2005).

Omdat er in Nederland op het gebied van leerlingwerfcampagnes nog niet veel meer activiteiten bekend zijn dan hetgeen hierboven werd beschreven, welke overigens slechts betrekking hebben op het werven van leerlingen voor het hoger onderwijs, is het de bedoeling van dit onderzoek om dieper in te gaan op de criteria die bepalend zijn voor het maken van de keuze voor de middelbare school. Tezamen met het vaststellen van die criteria, wordt gekeken naar de rol die de communicatiemiddelen spelen in dit proces.

1.3.2 Praktische aanleiding

In dit onderzoek wordt gekeken naar de factoren die de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne bepalen. Dat gebeurt op het Bonhoeffer College. Deze middelbare school heeft geen probleem, waarvoor direct een oplossing noodzakelijk is, maar wel is het Bonhoeffer College zich ervan bewust dat er flinke bedragen worden gespendeerd aan de communicatiemiddelen, terwijl men niet precies op de hoogte is van de invloed die deze marketingcommunicatiemix op de doelgroep heeft. Voor het Bonhoeffer College is het daarom niet alleen van belang om te weten hoeveel wordt uitgegeven aan welk communicatiemiddel, maar ook om te weten wat de opbrengst van de totale mix is.

Voordat wordt begonnen met het geven van een advies over de inzet van de communicatiemiddelen, wordt eerst bekeken welke criteria de doelgroep belangrijk vindt bij de keuze van een middelbare school. Op basis van de literatuur kan al een aardig beeld worden verkregen van enkele van deze criteria, maar om specifiek boven tafel te krijgen waar de doelgroep van het Bonhoeffer College op let, is het zinvol om aan die doelgroep te vragen welke criteria nu juist op deze situatie van toepassing zijn.

Naast het verkrijgen van inzicht in de criteria die een belangrijke rol spelen bij de schoolkeuze en naast het meten van de score die het Bonhoeffer College op deze criteria behaalt, wordt ook gekeken naar de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College. Niet alleen zal worden gekeken naar de mate waarin een communicatiemiddel als belangrijk wordt ervaren, ook wordt bekeken welk communicatiemiddel op welk tijdstip moet worden ingezet. Op dit moment wordt in de maanden december, januari en februari het meest aan werving van nieuwe scholieren gedaan. Mogelijk bestaat bij groep 8-leerlingen en hun ouders dan ook de grootste informatiebehoefte. Het kan echter ook zo zijn dat deze behoefte al eerder of misschien zelfs later bestaat. Op deze vraag kan het Bonhoeffer College met het uitvoeren van deze opdracht een onderbouwd antwoord krijgen. Het inzetten van de middelen in een bepaalde periode gebeurt dan niet langer omdat verondersteld wordt dat deze periode het belangrijkste is, maar omdat onderzocht is dat de bewuste periode het belangrijkste is.

Op deze vragen wordt met het uitvoeren van deze opdracht getracht een antwoord te vinden. Want hoewel er door het Bonhoeffer College op veel verschillende manieren aandacht wordt besteed aan de inzet van media, kan een wijziging of verschuiving in de communicatiemiddelen mogelijk zorgen voor een beter resultaat en daarmee voor een betere besteding van de financiële middelen.

1.4 Probleemstelling

Voor het Bonhoeffer College worden verschillende zaken met betrekking tot het werven van leerlingen onderzocht. Het Bonhoeffer College is met name geïnteresseerd in een antwoord op de vraag hoe effectief de bestaande marketingcommunicatiemix wordt ingezet. Achtereenvolgens zullen zes onderzoeksvragen worden besproken, welke tezamen het antwoord kunnen geven op de probleemstelling.

1.4.1 Onderzoeksvragen en probleemstelling

De communicatiedoelstellingen die het Bonhoeffer College met de inzet van het PR & communicatiebudget wil bereiken, zijn de volgende: ten eerste moet de groep 8-leerling geïnformeerd worden over het Bonhoeffer College, ten tweede moet hij overtuigd worden van de goede uitgangspunten waar het Bonhoeffer College voor staat en tot slot is het de bedoeling om de groep 8-leerling te activeren om zich bij het Bonhoeffer College in te

schrijven. Deze drie doelstellingen dienen een uiteindelijk doel, welke is zoveel mogelijk groep 8-leerlingen uit de regio aan te trekken naar het Bonhoeffer College.

Daarbij stelt het Bonhoeffer College zichzelf wel een randvoorwaarde. De leerling staat centraal in de visie en missie van het Bonhoeffer College. Het gaat erom dat die goed terecht komt. Hoewel de uiteindelijke doelstelling van het Bonhoeffer College is om zoveel mogelijk leerlingen aan te trekken, wil de school niet voorbij gaan aan het feit dat sommige kinderen op een andere school beter af zouden kunnen zijn.

Binnen het hierboven geschetste kader wordt voor het Bonhoeffer College een onderzoek uitgevoerd naar de communicatiemiddelen die worden ingezet met betrekking tot de werving van aankomende leerlingen.

Echter, alvorens in te gaan op de marketingcommunicatiemix die het Bonhoeffer College hanteert en hoe deze zo goed mogelijk ingezet kan worden, is het eerst belangrijk om nader te bepalen welke motieven een belangrijke rol spelen bij groep 8-leerlingen en hun ouders in het schoolkeuzeprocess. De eerste onderzoeksvraag die hiertoe is opgesteld, luidt:

1. “Welke criteria spelen voor groep 8-leerlingen en hun ouders een belangrijke rol in het keuzeprocess betreffende een middelbare school?”

Wanneer deze gegevens bekend zijn, ontstaat een beeld van kenmerken die voor leerlingen en ouders belangrijk zijn. Het Bonhoeffer College kan dan nagaan in hoeverre zij aan deze kenmerken voldoet en waarop zij, bijvoorbeeld in de communicatiemiddelen, het beste in kan spelen. Om dit te bepalen zijn twee onderzoeksvragen opgesteld, waarbij allereerst wordt ingegaan op de meest bepalende criteria voor de keuze van de middelbare school:

2. “Welke criteria zijn voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend in het keuzeprocess betreffende een middelbare school?”

Daarna wordt gevraagd naar de score van het Bonhoeffer College op deze belangrijke criteria. De onderzoeksvraag die hiertoe is opgesteld, luidt als volgt:

3. “Hoe ‘scoort’ het Bonhoeffer College op de criteria die voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend zijn in het keuzeprocess betreffende een middelbare school?”

Behalve het vinden van een antwoord op de vraag welke criteria bepalend zijn voor de keuze van een middelbare school en hoe het Bonhoeffer College scoort op deze criteria, is het voor het Bonhoeffer College ook belangrijk om te weten wanneer de doelgroep bepaalde informatie wenst te ontvangen en op welk tijdstip de keuze voor de middelbare school wordt gemaakt. De derde onderzoeksvraag die hiertoe is opgesteld, luidt:

4. “In welke fase van het keuzeprocess van de doelgroep is behoefte aan informatie?”

Met het uitvoeren van deze afstudeeropdracht is het de bedoeling om een antwoord te vinden op de vraag hoe de marketingcommunicatiemix van het Bonhoeffer College zo goed mogelijk kan worden ingezet. Er wordt daarom ook gekeken naar de rol die de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College spelen, bij het maken van de keuze voor een middelbare school. De onderzoeksvraag die hiertoe is opgesteld, luidt als volgt:

5. “In hoeverre spelen de verschillende communicatiemiddelen die het Bonhoeffer College hanteert, met betrekking tot de werving van leerlingen, een rol bij het maken van de keuze voor deze middelbare school?”

Mogelijk hechten groep 8-leerlingen en hun ouders meer belang aan het ene communicatiemiddel dan aan het andere. Wanneer eenmaal is vastgesteld welke rol de verschillende communicatiemiddelen spelen, worden een aantal van deze middelen inhoudelijk beoordeeld. Afhankelijk van de uitkomsten van het onderzoek, wordt bepaald

welke middelen daarvoor in aanmerking komen. De onderzoeksvraag die hiertoe is opgesteld, luidt:

6. *“In welk opzicht kunnen relevante communicatiemiddelen verbeterd worden?”*

Wanneer het Bonhoeffer College inzicht krijgt in het effect van een communicatiemiddel, wordt voor hen duidelijk hoe zij het PR & communicatiebudget zo goed mogelijk kunnen besteden, om de gestelde doelstellingen te kunnen behalen. Met deze onderzoeksvragen wordt geprobeerd een antwoord te vinden op de volgende, algemene probleemstelling:

“Welke factoren bepalen de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne van een middelbare school?”

1.4.2 Bespreking van begrippen uit de probleemstelling

In de onderzoeksvragen en de probleemstelling komen enkele begrippen voor die in deze paragraaf nader gedefinieerd worden.

Criteria

Een criterium is een norm bij een beoordeling. De criteria van een middelbare school kunnen vele verschillende zijn, zoals de kwaliteit van het onderwijs, de sfeer op school, de website met allerlei informatie over de school, het gebouw, de zorg voor de leerlingen, de voorlichting die tijdens Open Huis avonden gegeven wordt etc. Het gaat om criteria van een middelbare school die, bij het maken van een keuze voor een specifieke middelbare school, van grote betekenis kunnen zijn (Van der Wouw, 1994).

Doelgroep

Een doelgroep is te beschouwen als een groep mensen of organisaties waarop een organisatie zich richt. De term ‘groep’ wordt in deze context niet in sociologische zin opgevat. De leden van de gekozen doelgroep hoeven zichzelf niet als groep te beschouwen (Van Meegeren, 1999).

De doelgroep van het Bonhoeffer College kan omschreven worden als primair de groep 8-leerling met zijn of haar ouders, secundair als familieleden, vrienden en buurtbewoners van deze ouders en kinderen. In dit onderzoek zal alleen rekening worden gehouden met de primaire doelgroep, groep 8-leerlingen en de ouders daarvan.

Keuzeproces

De definiëring van dit begrip beperkt zich tot het keuzeproces met betrekking tot de keuze voor een middelbare school. De keuzemogelijkheden bij het verlaten van het basisonderwijs worden bepaald door het aanbod van verschillende typen scholen voor voortgezet onderwijs van verschillende denominaties.

De overgang van het primair naar het voortgezet onderwijs is een belangrijke fase in de schoolloopbaan voor leerlingen en ouders. Voor het eerst in hun onderwijsloopbaan staan leerlingen en hun ouders voor een keuze die van grote betekenis is voor de verdere onderwijs- en beroepsloopbaan (Derriks, De Kat & Deckers, 1995).

Communicatiemiddelen

Floor & Van Raaij (1998) beschrijven een verscheidenheid aan marketingcommunicatie-instrumenten, namelijk reclame, promotie, sponsoring, public relations en voorlichting, direct marketingcommunicatie, winkelcommunicatie, persoonlijke verkoop en beurzen en tentoonstellingen. Bij elk van deze communicatie-instrumenten wordt gebruik gemaakt van communicatiemiddelen om de boodschap over te brengen. De belangrijkste communicatiemiddelen zijn de gedrukte media, tijdschriften, televisie en kabelkrant, radio, buitenmedia, bioscopen, reclameartikelen en interactieve media.

Marketingcommunicatiemix

De marketingcommunicatiemix van een organisatie bestaat uit corporate en marketingcommunicatie (Floor & Van Raaij, 1998). Bij corporate communicatie gaat het om de

totale organisatie. Ze omvat de communicatie met alle personen en instanties waarvan een organisatie voor haar voortbestaan afhankelijk is.

De communicatie-instrumenten waarvan men bij corporate communicatie gebruik maakt, zijn vaak dezelfde als bij marketingcommunicatie. Alle marketingcommunicatie-instrumenten waarmee een organisatie het keuzegedrag van potentiële afnemers positief probeert te beïnvloeden, vormen samen de marketingcommunicatiemix.

Effectiviteit

Effectiviteit betekent zoveel als de mate waarin 'het gestelde doel is bereikt'. Effecten worden onderscheiden in beoogde en niet-beoogde of neveneffecten. Bij onderzoek naar effectiviteit gaat het erom de invloed van een bepaald instrument empirisch te achterhalen. Daarnaast wordt een verband gelegd met de doelstellingen van de beleidsvoerder. Bij effectiviteitsonderzoek valt de nadruk op het vergelijken van de feitelijke effecten van het instrument met de verwachtingen die de beleidsvoerder bij de introductie ervan koesterde, en die in het ideale geval als gekwantificeerde doelstellingen ergens zijn gedocumenteerd (Van der Graaf & Hoppe, 1996).

Leerlingwerfcampagne

Een campagne kan omschreven worden als een stelselmatige publieke actie voor een bepaald doel. Een campagne heeft altijd een bepaald doel, bijvoorbeeld een product verkopen, het meten van klanttevredenheid, klanten begeleiden bij hun verzekeringen etc. Daarbij brengt elke campagne ook kosten met zich mee, niet alleen opstartkosten, maar ook kosten voor iedere interactie die uit de campagne voortkomt (www.crm-marketingcentre.nl 2005). Een leerlingwerfcampagne kan nu omschreven worden als een stelselmatige publieke actie met het doel zoveel mogelijk leerlingen aan te trekken naar de school.

1.5 Doel van de opdracht

Het doel dat met deze opdracht wordt nagestreefd is tweeledig. Allereerst wordt getracht inzicht te verschaffen in de criteria waarop groep 8-leerlingen hun keuze baseren en hoe het Bonhoeffer College haar communicatiemiddelen zo goed mogelijk kan inzetten.

Uit dit onderzoek moet eveneens blijken wanneer de doelgroep behoefte heeft aan informatie en welke rol de communicatiemiddelen van een middelbare school hierbij spelen. Voor het Bonhoeffer College moet duidelijk worden welke communicatiemiddelen als belangrijk worden ervaren onder de doelgroep en van welke middelen in mindere mate gebruik wordt gemaakt. Aan de hand van deze gegevens, kan het Bonhoeffer College beoordelen aan welke communicatiemiddelen meer dan wel minder aandacht mag worden besteed of welke middelen misschien wel helemaal worden afgeschaft. Op die manier kan het Bonhoeffer College tot een zo goed mogelijke inrichting van de totale marketingcommunicatiemix komen.

1.6 Opzet scriptie

De inhoud van de scriptie is als volgt georganiseerd. In het hoofdstuk dat hierna komt, hoofdstuk twee, wordt ingegaan op relevante theorieën en literatuur. Vooral de Theorie van beredeneerd gedrag blijkt behulpzaam te zijn als leidraad bij het beantwoorden van de onderzoeksvragen. In hoofdstuk drie wordt het vooronderzoek en in hoofdstuk vier wordt het hoofdonderzoek besproken. In hoofdstuk vijf wordt ingegaan op het inhoudelijk beoordelen van de communicatiemiddelen, waarna in hoofdstuk zes de conclusies worden besproken. Daarna komen in hoofdstuk zeven de aanbevelingen aan de orde. In het laatste hoofdstuk, hoofdstuk acht, wordt met een kritische blik teruggekeken op het onderzoek.

2. Effectiviteit van leerlingwerfcampagnes

2.1 Inleiding

Campagneontwikkeling is een fase in het marketingcommunicatieplan. De ontwikkeling van een campagne start met een goede strategie. Hieruit wordt een propositie afgeleid en op basis van de strategie en de propositie wordt een creatief concept ontwikkeld. Als hierover overeenstemming is bereikt, kan worden begonnen met de uitvoering van de campagne (Floor & Van Raaij, 1998). In een campagneplan wordt de opzet van de campagne gedetailleerd beschreven. De nadruk ligt op de selectie van inhoud, middelen en de vormgeving van de boodschap (Klaassen, 2004).

Echter, wat is het nut van het ontwerpen van een campagne, wanneer deze nooit geëvalueerd zou worden? Het is belangrijk om regelmatig na te gaan of de doelstellingen worden gehaald. Als het er naar uitziet dat dit niet lukt, moet het marketingcommunicatieplan worden aangepast.

Bij een campagne-evaluatie worden complete campagnes geëvalueerd. Een campagne-evaluatie is daardoor ruimer dan een posttest, omdat hier geen afzonderlijke communicatie-uitingen, maar een complete campagne wordt geëvalueerd. Vaak gaat het zelfs om de totale marketingcommunicatie gedurende een bepaalde periode.

Ook bij het Bonhoeffer College is het besef ontstaan, dat men niet goed op de hoogte is van het effect van de totale marketingcommunicatiemix, evenmin als het effect dat met een afzonderlijk middel bereikt wordt. Bij het Bonhoeffer College vraagt men zich af van welke media, op welk moment, het best gebruik kan worden gemaakt, om door middel van de leerlingwerfcampagne zo veel mogelijk leerlingen te werven voor het nieuwe schooljaar.

Deze vraag staat in dit hoofdstuk centraal, samen met de zes hieraan gerelateerde onderzoeksvragen, waarop in dit onderzoek een antwoord wordt geprobeerd te vinden. Allereerst wordt aandacht besteed aan literatuur die nader ingaat op de vraag welke motieven een belangrijke rol spelen bij de keuze voor een middelbare school (paragraaf 2.2). Vervolgens wordt aandacht besteed aan enkele communicatiekundige theorieën die betrekking hebben op attitudes en meningen, waarvan de 'Theorie van beredeneerd gedrag' in dit onderzoek centraal zal komen te staan (paragraaf 2.3). Aansluitend wordt ingegaan op enkele modellen met betrekking tot de inzet van media (paragraaf 2.4). Tot slot wordt toegewerkt naar een model, waarin de verschillende facetten die met het werven van leerlingen te maken hebben, tot uitdrukking komen (paragraaf 2.5).

2.2 Schoolkeuzeproces

Voor jonge kinderen en hun ouders is de schoolkeuze vaak een emotionele en rationele afweging (Herweijer & Vogels, 2004). Daar komt bij dat diverse bronnen en actoren buiten de school, bijvoorbeeld kennissen en familie, de mening over een school sterk kunnen beïnvloeden. Het is niet eenvoudig te achterhalen door welke overwegingen leerlingen en ouders zich laten leiden bij de schoolkeuze. De keuze voor een bepaalde school kan de uitkomst zijn van een complex beslissingsproces dat zich over een langere periode kan uitstrekken. Eigen ervaringen en die van de familie, vrienden en kennissen zijn erop van invloed, alsmede de perceptie van keuzealternatieven. Welke scholen komen in aanmerking en welk beeld heeft men van de scholen?

Verschillende onderzoeken geven weer welke motieven belangrijk worden gevonden gedurende het proces waarbij een school wordt gekozen. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen onderzoeken die in de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw zijn uitgevoerd en onderzoeken van meer recente datum. De eerste onderzoeksvraag die in dit onderzoek aan de orde komt, is de vraag welke criteria onder de doelgroep bepalend zijn bij het maken van de keuze voor een middelbare school. Aan de hand van de literatuur die in de komende twee subparagrafen behandeld wordt, wordt al enigszins duidelijk welke criteria een grote rol spelen bij het maken van de schoolkeuze. Op basis hiervan en op basis van de resultaten uit het vooronderzoek, waarover in hoofdstuk drie uitgebreider zal worden verteld, kan een goed inzicht in de

schoolkeuzemotieven worden verkregen. Deze resultaten zullen de input vormen van het hoofdonderzoek.

2.2.1 Schoolkeuzeprocess in de jaren '90

Volgens Boef-Van der Meulen & Herweijer (1992) worden ouders bij het maken van een schoolkeuze geconfronteerd met verschillende beperkingen. Het is volgens de genoemde auteurs uiterst lastig voor ouders om inzicht in de verschillen tussen scholen te krijgen. De ligging en daarmee de bereikbaarheid van de school en de denominatie zijn direct waarneembaar, andere meer kwalitatieve aspecten zijn moeilijk te achterhalen. Voorzover het mogelijk is deze informatie bij elkaar te krijgen, zal de daarvoor benodigde inspanning ouders nogal eens teveel zijn. Het onderzoek dat deze auteurs uitvoerden heeft aangetoond dat bij de feitelijke schoolkeuze de denominatie van een school een grotere rol speelt dan vooraf verwacht werd. Het wordt het meest frequent genoemd als reden voor de gemaakte schoolkeuze, vaker dan de bereikbaarheid of de kwaliteit. Op grond van de niet zo grote gehechtheid aan levensbeschouwelijk onderwijs zou men eerder verwachten dat kwaliteit voorop zou staan. In welke mate die discrepantie te herleiden is tot een gebrekkig inzicht van ouders in kwalitatieve verschillen tussen scholen, is moeilijk te zeggen. De geringe zichtbaarheid van kwalitatieve gegevens van scholen werkt volgens Boef-Van der Meulen & Herweijer in ieder geval het hanteren van de richting als belangrijkste handvat in de hand.

De verklaring die Versloot (1990) oppert voor het aanhoudende gewicht dat bij de schoolkeuze aan de denominatie wordt gehecht, ligt in dezelfde lijn. Zijn visie komt erop neer dat het Nederlandse onderwijsbestel het ouders ongeveer onmogelijk maakt hun keuze te laten bepalen door de kwaliteit. Objectieve informatie over de kwaliteit is volgens hem niet te verkrijgen en het verwerven van inzicht in kwaliteitsverschillen zou teveel actie van de kant van de ouders vereisen. Noodgedwongen gaan ouders er dan ook vanuit dat scholen kwalitatief gelijkwaardig zijn. Omdat de bereikbaarheid doorgaans ook geen probleem oplevert, kunnen ouders bijna niet anders dan kiezen op grond van de denominatie.

Volgens Derriks, De Kat & Deckers (1995) gaan motieven voor een bepaalde schoolkeuze verder dan slechts denominatie. Zij constateren dat drie motieven een belangrijke rol spelen bij de keuze van een school, namelijk denominatie, maar ook afstand en kwaliteit. Ouders vinden over het algemeen allerlei overwegingen over de kwaliteit het belangrijkste bij de keuze van een specifieke school, vooral bij de keuze van een school voor voortgezet onderwijs. Bij kwaliteit gaat het om allerlei overwegingen over de school, te weten de sfeer op school, het soort leerlingen, de leerlingbegeleiding etc. Afstand is bij bewust kiezende ouders en leerlingen ondergeschikt aan de kwaliteit. Afstand speelt voor ouders een belangrijker rol bij de keuze van een basisschool dan bij de keuze van een school voor voortgezet onderwijs. In de afweging tussen verschillende motieven blijkt volgens Derriks, De Kat & Deckers dat denominatie steeds weer het minst belangrijke motief is. Daarbij worden zij ondersteund door Van der Wouw (1994). Overigens werd in dit onderzoek ook nog iets anders onderzocht, namelijk hoe snel de keus voor een concrete school gemaakt wordt. Hieruit bleek dat in februari (vanaf dan kunnen leerlingen zich bij een school aanmelden) 75% van de ouders en de leerlingen al één bepaalde school op het oog heeft. Slechts een vijfde deel van de ouders en de leerlingen heeft op dat moment nog meerdere scholen op het oog.

Uit het bovenstaande kan geconcludeerd worden dat verschillende criteria van een middelbare school voor groep 8-leerlingen en hun ouders belangrijk zijn. De criteria die het meest naar voren komen, zijn denominatie, de afstand tot de school en de kwaliteit van het onderwijs. Ook Van Kessel & Kral (1992) stellen zich op dezelfde golfhoogte als de hierboven aangehaalde auteurs. Zij stellen in hun onderzoek dat de overgrote meerderheid van alle ouders een voorkeur heeft voor een school die beschikt over een goede onderwijskwaliteit, qua afstand dichtbij is en overeenkomt met de richting die de ouders er op na houden.

De bovengenoemde criteria worden vooral veel genoemd in onderzoeken die in de jaren negentig zijn uitgevoerd. Meer recente onderzoeken laten echter ook andere resultaten zien.

2.2.2 Schoolkeuzeproces in deze eeuw

Ook in het nieuwe millennium zijn al enkele onderzoeken uitgevoerd naar schoolkeuzemotieven, bijvoorbeeld in de provincie Utrecht. Uit dit onderzoek bleek dat de belangrijkste redenen om voor de huidige middelbare school te kiezen, de onderwijskundige/pedagogische aanpak, klasgenootjes/vriendjes/familieleden die naar die school gaan en het imago van de school zijn. Al deze redenen worden door ruim de helft van de respondenten die meededen aan het onderzoek, Utrechtse groep 8-leerlingen en hun ouders, spontaan genoemd (Besturen scholen VO Utrecht, BCVO, CVO en Stivko en Gemeente Utrecht, 2002).

Uit een onderzoek dat is uitgevoerd in Amsterdam, is gebleken dat afstand het meest genoemde motief is om voor een school te kiezen. Dit geldt voor autochtone ouders echter alleen onder de voorwaarde dat de dichtstbijzijnde school niet te 'zwart' is. Hieronder verstaat men scholen waar meer dan de helft van de leerlingen allochtoon is. Dit blijkt uit het feit dat als de scholen in de buurt te 'zwart' zijn, tweederde van de autochtone ouders voor een 'wittere' school kiest, ook als men daarvoor verder moet reizen. Naast afstand tot de school en de etnische samenstelling van de school, spelen ook andere motieven een rol bij de keuze voor een school, zoals de sfeer op een school, de aanwezigheid van moderne leermiddelen en aspecten van het schoolgebouw. Deze redenen om al dan niet voor een school te kiezen zijn echter ondergeschikt aan de twee eerdergenoemde motieven (www.dos.amsterdam.nl 2005).

Herweijer & Vogels (2005) hebben onderzocht dat na de goede sfeer op school, bereikbaarheid het meest genoemde motief is voor schoolkeuze. Ook de aansluiting van het onderwijs op het geloof of de levensbeschouwing van het gezin wordt vrij vaak genoemd, zeker gezien de lage prioriteit die dat volgens de auteurs heeft. Verschillende kwalitatieve kenmerken spelen uiteindelijk een geringere rol. Dit heeft volgens de onderzoekers te maken met de moeilijke waarneembaarheid van kwalitatieve verschillen tussen scholen. Ouders vallen daardoor bij de uiteindelijke afweging terug op makkelijker waar te nemen kenmerken, zoals de afstand van de woning tot de school of het levensbeschouwelijk uitgangspunt van de school. Deze opvatting sluit aan bij de onderzoeksresultaten die Versloot eerder al vond.

Ook is kort geleden onderzoek uitgevoerd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap naar schoolkeuzemotieven. De belangrijkste resultaten betreffende de schoolkeuzemotieven, zijn de volgende: van de criteria die 'zeer belangrijk' worden gevonden, komt de sfeer op school als eerste naar voren. De voorkeur van het kind zelf komt op de tweede plaats, gevolgd door denominatie en schoolgrootte. Van de criteria die doorslaggevend worden gevonden bij de uiteindelijke schoolkeuze komen opnieuw de voorkeur van het kind en de sfeer op school als de belangrijkste naar voren (www.minocw.nl 2004).

2.2.3 Samenvatting

Concluderend kan gesteld worden dat in de jaren negentig van de vorige eeuw vooral denominatie van de school, afstand tot de school en kwaliteit van het onderwijs criteria waren, die in sterke mate bepalend waren voor de uiteindelijke schoolkeuze. Tegenwoordig spelen echter ook andere criteria een belangrijke rol. Hoewel afstand tot de school en de richting van de school nog steeds een belangrijke plek innemen bij het maken van de keuze, wordt ook steeds meer aandacht besteed aan de sfeer op school, de onderwijskundige aanpak, de voorzieningen met betrekking tot moderne apparatuur, de etnische samenstelling en de voorkeur van het kind (al of niet in combinatie met de voorkeur van zijn vriendjes).

Tot nu toe wordt de communicatie als factor in het keuzeproces nog helemaal niet genoemd. Dit wil niet zeggen dat communicatie er in het geheel niet toe doet. Het geeft juist een handvat om te bepalen welke onderwerpen en aspecten van de school in de communicatiemiddelen terug moeten zijn te vinden.

Het Bonhoeffer College is een interconfessionele school, gefuseerd uit een rooms-katholieke en protestantse/christelijke school. Voor het Bonhoeffer College zou het daarom interessant zijn om te onderzoeken in hoeverre de identiteit van de school van doorslaggevend belang is voor de beslissing waarop groep 8-leerlingen en hun ouders

hun schoolkeuze baseren. Behalve de richting van het onderwijs, kan etniciteit ook een belangrijke rol spelen bij het bepalen van de schoolkeuze in de tegenwoordige maatschappij. Ook dit zou voor het Bonhoeffer College interessante resultaten kunnen opleveren, omdat op verschillende vestigingen van de school ook een redelijk aantal allochtone leerlingen vertegenwoordigd is. Een ander aspect aan het Bonhoeffer College is dat het een brede scholengemeenschap betreft. Elke leerling kan er terecht. Daarbij kunnen ouders mogelijk af worden geschrikt door het grote aantal leerlingen dat onderwijs volgt op het Bonhoeffer College. Wanneer echter blijkt dat deze leerlingen verdeeld zijn over zeven verschillende locaties, blijkt het met de grootte (en daarbij de overzichtelijkheid) van de school nog wel mee te vallen. Dit zijn enkele onderwerpen die voor het Bonhoeffer College interessant zijn om nader te beoordelen.

2.3 Menselijk gedrag verklaren

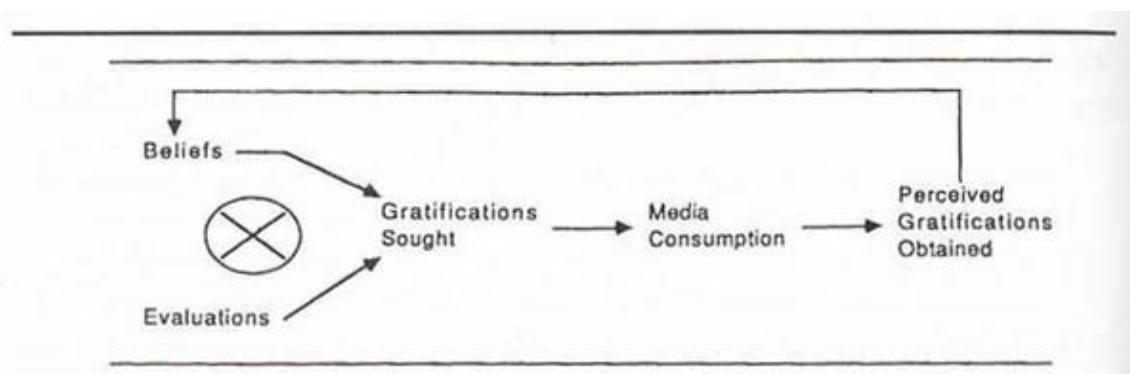
Om de marketingcommunicatiemix van het Bonhoeffer College zo goed mogelijk in te kunnen richten, is het niet alleen van belang om te weten te komen welke schoolkeuzemotieven van groep 8-leerlingen en hun ouders een belangrijke rol spelen, wat het antwoord is op de eerste onderzoeksvraag, maar ook is het belangrijk om inzicht te krijgen in de antwoorden op de tweede tot en met de vijfde onderzoeksvraag. Het gaat bij deze onderzoeksvragen namelijk om het geven van een score aan het Bonhoeffer College op de belangrijkste schoolkeuzecriteria, om het verkrijgen van inzicht in de periode waarin bepaalde informatie gewenst is en om te kunnen beoordelen welke van de verschillende communicatiemiddelen een belangrijke rol spelen.

In deze paragraaf wordt een aantal theorieën besproken die verband houden met het meten van meningen en attitudes en die ingaan op het voorspellen van gedrag. Wanneer bekend is, welke schoolkeuzemotieven doorslaggevend zijn voor de doelgroep, kan daarna ook nagegaan worden hoe zo goed mogelijk kan worden ingespeeld op de doelgroep. Dat is van belang voor het aantrekken van zoveel mogelijk nieuwe leerlingen.

2.3.1 Expectancy Value Model

Het eerste model dat besproken wordt, is het 'Expectancy Value Model'. Volgens dit model is het gedrag een functie van de verwachtingen die iemand heeft en de waarde van het doel dat met dit gedrag wordt nagestreefd (Palmgreen, 1984). Het model veronderstelt dat, wanneer meerdere gedragingen mogelijk zijn, het gedrag gekozen wordt dat iemand de grootst mogelijke combinatie van verwacht succes en waarde oplevert. Het model suggereert dat mensen zichzelf oriënteren op de wereld volgens hun verwachtingen/beliefs en hun evaluaties daarvan.

Volgens deze benadering moeten gedrag, gedragsintenties en attitudes gezien worden als een functie van verwachting en evaluatie. Dit type model is bijzonder, omdat het een verband legt tussen de criteria op basis waarvan de ontvanger van informatie boodschappen vergelijkt en komt tot de formatie van attitudes en het uiteindelijke gedrag. Het model is afgebeeld in figuur 2.1.



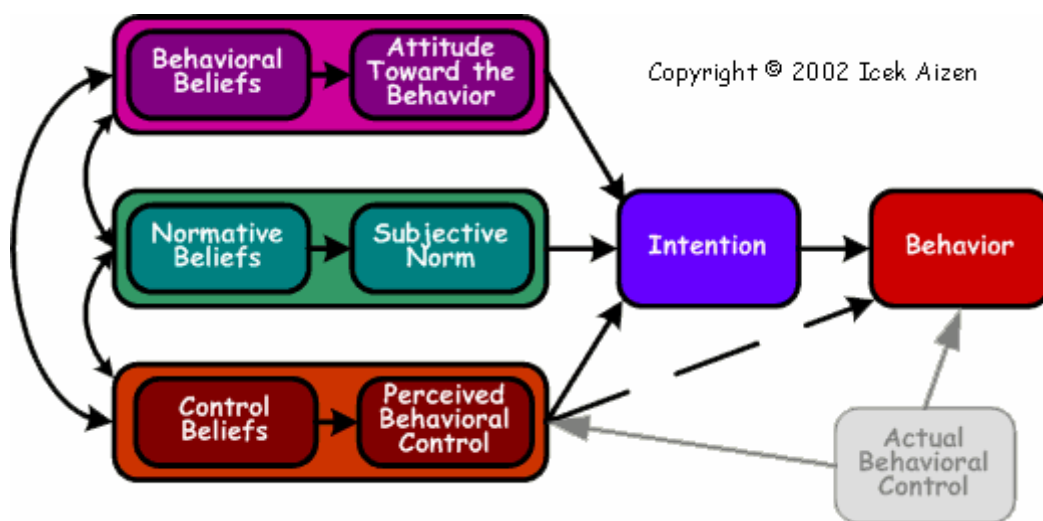
Figuur 2.1: Expectancy Value Model (Palmgreen, 1984)

Omdat het 'Expectancy Value Model' gebaseerd is op de 'Theory of Planned Behavior', wordt in de volgende paragraaf nader ingegaan op die theorie.

2.3.2 Theorie van gepland gedrag

De 'Theory of Planned Behavior', ook wel de 'Theorie van gepland gedrag', beschrijft de relaties tussen attitudes en gedrag. Ajzen & Madden (1986) gaan ervan uit dat de mens over het algemeen een rationeel wezen is dat op systematische wijze gebruik maakt van de beschikbare informatie. Zij stellen dat 'mensen de consequenties van hun gedragingen overzien voordat ze besluiten wel of niet het betreffende gedrag uit te voeren'. Uitgangspunt van deze theorie is dat de vooronderstelling die iemand over een bepaald object heeft, invloed heeft op de attitude ten opzichte van dat object. Vervolgens bepaalt op zijn beurt de attitude iemands gedragsintentie met betrekking tot het object. Tenslotte bepaalt de gedragsintentie hoe de persoon zich in werkelijkheid zal gedragen.

Deze theorie hanteert drie gedragsvoorspellers. Naast attitude houdt de theorie ook rekening met de sociale norm en de zelfeffectiviteit. De attitude verwijst in deze theorie naar iemands positieve of negatieve evaluatie van een object. Onder de sociale norm wordt verstaan de belangrijke andere personen en hun opvattingen over het betreffende onderwerp. Zelfeffectiviteit betekent de inschatting van de eigen effectiviteit om bepaald gedrag uit te voeren. Hierin weerspiegelen zich zowel vroegere ervaringen, ervaringen uit de tweede hand, alsmede geanticipeerde problemen en obstakels. Als iemand vrij zeker weet dat hij een bepaald gedrag op een succesvolle wijze kan uitvoeren, zal dit de kans vergroten dat het gedrag wordt vertoond. Situaties die naar eigen inschatting de mogelijkheden te boven gaan, zullen zoveel mogelijk vermeden worden. Het model bij deze theorie wordt afgebeeld in figuur 2.2.



Figuur 2.2: The Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991)

Deze theorie richt zich op de voorspelling en verklaring van gedrag dat gebaseerd is op een overwogen beslissingsproces van het individu (Ajzen, 1991).

Een belief representeert de informatie die de persoon heeft over het object. De basis waarop in het model van Ajzen de attitude wordt bepaald, dus of iemand een positieve of negatieve attitude heeft ten opzichte van een bepaald object, hangt af van de positieve of negatieve evaluatie van de belangrijkste beliefs over dat object en de subjectieve waarschijnlijkheid van deze beliefs.

Een ander belangrijk begrip uit deze theorie is de gedragsintentie. Waar attitudes betrekking hebben op de beoordeling van een bepaald object en waar beliefs de cognitieve verbindingen vormen tussen het object en de eigenschappen die aan dat object worden toegekend, hebben gedragsintenties betrekking op de voornemens van een individu om bepaald gedrag uit te voeren. Gedragsintenties zijn, evenals beliefs, gebaseerd op subjectieve waarschijnlijkheden. Dat wil zeggen dat het iemands

persoonlijke inschatting is van de waarschijnlijkheid dat hij of zij het betreffende gedrag zal uitvoeren. Heeft iemand de intentie om zich op een bepaalde manier te gedragen, dan is het waarschijnlijk dat iemand het gedrag zal vertonen.

Het laatste begrip dat uit deze theorie behandeld wordt is het gedrag. Gedrag refereert aan iemands observeerbare handelingen. De concepten attitude, beliefs en intentie verwijzen naar interne cognitieve processen die niet direct observeerbaar zijn. Ze moeten om die reden worden afgeleid uit iemands antwoorden op attitudevragen, bijvoorbeeld gemeten in een schriftelijke vragenlijst of een vraaggesprek. Gedrag kan daarentegen direct geobserveerd worden.

Deze theorie lijkt op het eerste gezicht goed bruikbaar voor dit onderzoek. Er wordt in een later stadium namelijk bepaald welke criteria van de middelbare school een belangrijke rol spelen, bij het maken van de schoolkeuze. Per criterium kan dan, middels de score op de beliefs, worden bepaald welke beliefs een grotere rol spelen dan andere beliefs.

Toch wordt in de volgende paragraaf nog een theorie besproken, de 'Theorie van beredeneerd gedrag'. Ook deze theorie wordt verondersteld goed bruikbaar te zijn in dit onderzoek.

2.3.3 Theorie van beredeneerd gedrag

De 'Theorie van beredeneerd gedrag', ontwikkeld door Fishbein & Ajzen (1975), is de ingekorte versie van de 'Theorie van gepland gedrag'. Deze theorie stelt dat mensen nadenken over de gevolgen van hun gedrag en informatie tot zich nemen om hun gedrag te baseren op een weloverwogen keuze. De componenten van deze theorie zijn de attitude, de sociale norm, de gedragsintentie en het gedrag zelf. De derde voorspeller, zelfeffectiviteit, is nu achterwege gelaten. Op alle overige onderdelen is deze theorie gelijk aan de 'Theorie van gepland gedrag'.

De Theorie van beredeneerd gedrag zorgt voor een algemene achtergrond voor het identificeren van mogelijke verbeterpunten in de persuasieve communicatie. Ten eerste kan deze theorie helpen bij het aangeven of er iets veranderd moet worden in de 'attitude-component', de 'sociale norm-component' of in het relatieve gewicht tussen deze twee componenten. Ten tweede, wanneer is gebleken dat er iets aan de attitude- of de normatieve component veranderd moet worden, dan kan de theorie behulpzaam zijn bij het aanreiken van een of meerdere onderwerpen waarop in de persuasieve boodschap gefocust moet worden.

2.3.4 Samenvatting

Nu er drie theorieën besproken zijn, wordt bekeken welk van deze theorieën het meest geschikt is om in het vervolg van het onderzoek te gebruiken. Alle hierboven beschreven modellen werken uiteindelijk toe naar het verklaren van gedrag. Dat is voor dit onderzoek belangrijk, omdat de uiteindelijke schoolkeuze het gedrag is dat zo goed mogelijk verklaard moet worden.

Hoewel het 'Expectancy Value Model' al een vrij compleet model is, wordt er in dit model geen aandacht besteed aan de sociale norm. Verondersteld wordt echter dat groep 8-leerlingen en ouders wel degelijk rekening houden met de mening van 'belangrijke anderen'. De leerling of ouder houdt dan, met het maken van zijn keuze, rekening met de mening van personen die belangrijk voor hem zijn (Heuvelman & Gutteling, 2001). Voor leerlingen kan de mening van relevante anderen namelijk een belangrijke rol spelen in het keuzeproces (Beck & Ajzen, 1991). Dit model is daarom niet volledig genoeg om te kunnen gebruiken in het vervolg van het onderzoek.

Ondanks het feit dat de 'Theorie van gepland gedrag' ook goed in staat is om een bepaald gedrag te voorspellen, is er van de voorspeller 'perceived behavioral control', bij de keuze voor een middelbare school, geen sprake. Bij het maken van deze keuze kun je namelijk niet terugvallen op eerdere ervaring. Ook is het in dit geval moeilijk om een inschatting te maken van de eigen effectiviteit. Voor dit onderzoek is de Theorie van gepland gedrag daarom niet in voldoende mate bruikbaar. De keuze voor een middelbare school is een keuze die je in principe een keer in je leven maakt. Het is niet iets waarbij je van tevoren al uitspraken kunt doen over je zelfeffectiviteit met betrekking tot het

maken van een keuze voor de middelbare school, omdat je hier op het moment dat je de keuze maakt, nog geen inzicht in hebt. Het is een belangrijke keuze en geen product dat je een keer kunt uitproberen en besluit niet weer te kopen wanneer het niet bevalt (Conner & Armitage, 1998).

De Theorie van beredeneerd gedrag kan daarentegen wel gebruikt worden als leidraad bij dit onderzoek en is in staat om met twee voorspellers een goede ondergrond te bieden voor de opbouw van het onderzoeksinstrument dat in het hoofdonderzoek gebruikt zal worden.

Het antwoord dat gevonden wordt op de eerste onderzoeksvraag geeft aan welke criteria groep 8-leerlingen en hun ouders belangrijk vinden in het keuzeproces voor een middelbare school. In het hoofdonderzoek, waarin de overige onderzoeksvragen aan de orde komen, worden zij om attitudes gevraagd. Deze theorie toont aan dat de eigen attitude, de wijze waarop belangrijke andere personen uit de omgeving tegen een object aankijken en de intentie om een bepaald gedrag uit te voeren, belangrijke graadmeters zijn voor iemands uiteindelijke gedrag. Deze drie begrippen uit de theorie kunnen zorgen voor belangrijke aanknopingspunten, wanneer respondenten naar hun mening betreffende allerlei aspecten van een middelbare school – en met name naar die van het Bonhoeffer College – worden gevraagd. Tevens kan het opbouwen van het onderzoeksinstrument, aan de hand van deze theorie, ervoor zorgen dat de belangrijkste beliefs boven tafel komen. Het Bonhoeffer College komt dan te weten waaraan de meeste aandacht moet worden besteed, bij het werven van leerlingen.

Om de marketingcommunicatiemix van het Bonhoeffer College zo goed mogelijk in te kunnen richten, worden in de volgende paragraaf enkele campagnestrategieën besproken. Verschillende campagnestrategieën en –technieken zullen aan de orde komen, zodat het Bonhoeffer College het communicatiebeleid zo goed mogelijk vorm kan geven.

2.4 Gepland mediagebruik

Bij de keuze van media gaat het om geld, en vaak om veel geld. Dit geld moet zo profijtelijk mogelijk worden besteed door (een combinatie van) media te kiezen waarmee de beoogde effecten optimaal bereikt kunnen worden. Het zou mooi zijn als de keuze van media ondersteund kon worden met een wetenschappelijke analyse, aan de hand waarvan een duidelijk resultaat op tafel komt te liggen. Helaas is dit echter moeilijk te realiseren.

Er zijn verschillende modellen in omloop die ingaan op de planning van communicatie, van het begin tot het eind. Deze modellen richten zich vaak eerst op het ontwerp van een communicatiemiddel, vervolgens op de totstandkoming ervan en later richt een model zich vaak op de evaluatiefase. Er zijn echter geen modellen in omloop, althans die zijn niet bekend, die specifiek ingaan op het evalueren van een leerlingwerfcampagne.

Omdat de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College allemaal al in omloop zijn, is het juist van belang om de bestaande marketingcommunicatiemix zo goed mogelijk te kunnen evalueren. Het aandachtspunt moet daarom komen te liggen bij de evaluatie van de leerlingwerfcampagne die het Bonhoeffer College heeft gevoerd. Het ontwerp van zo'n evaluatiemodel wordt aan het einde van dit hoofdstuk gepresenteerd.

Allereerst wordt toch ingegaan op een aantal planningsmodellen in de communicatie, om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de facetten waarop gelet moet worden in de evaluatiefase.

2.4.1 Mediakeuzemodel

Het eerste model dat aan de orde wordt gesteld is het mediakeuzemodel. Dit model probeert een antwoord te geven op de vraag welk medium het beste kan worden ingezet, rekening houdend met zoveel mogelijk omstandigheden, bijvoorbeeld de doelgroep, de kosten van een middel en het bereik.

Van Woerkum (1999) geeft aan wat het nut is van het mediakeuzemodel. In de eerste plaats is de spanwijdte van elk medium zeer groot. Een krant is er bijvoorbeeld

niet alleen maar voor de advertenties. Ten tweede kan een medium ook in één bepaalde toepassing binnen één genre door de zender zeer verschillend gebruikt worden. Een folder kan best tot interessante cognitieve effecten leiden, maar de schrijver moet daar dan wel toe in staat zijn. Ten derde is er de onvoorspelbaarheid van communicatie-effecten vanwege een interpreterende ontvanger, wiens rationaliteit maar zeer ten dele kan worden doorgrond. Ten vierde is het aantal relevante criteria voor de mediakeuze zeer groot. Het relatieve belang van elk mediacriterium ten opzichte van het andere is onmogelijk vast te stellen.

Van Woerkum & Van Meegeren (1999) stellen daarom een mediakeuzemodel voor dat gebaseerd is op het adoptieproces. Het idee achter het adoptieproces is dat mensen niet zomaar een beslissing nemen, maar dat ze dat doen op grond van een zich geleidelijk ontwikkelende interesse doordat ze in aanraking zijn gekomen met nieuwe ideeën.

Het adoptieproces bestaat uit vier fasen. In de eerste fase, bewustwording, zoeken ontvangers de boodschap veelal nog niet op, maar worden ze er (ongevraagd) mee geconfronteerd. In de tweede fase, interesse, is de interesse in principe gewekt en kan de campagne iets meer inhoudelijk worden en inspelen op specifieke doelgroepen. In de derde fase, overweging, vindt de overweging plaats op grond waarvan men al dan niet tot aanvaarding van gedrag of houding komt. In de vierde fase, toepassing, passen mensen het nieuwe gedrag toe.

Wordt het geheel overzien, dan vindt binnen het mediakeuzemodel een verschuiving plaats van media die een actieve vraag moeten ontwikkelen naar media die op consultatie zijn gericht. De communicatie verschuift dan van zendergestuurd naar ontvangergestuurd. Het model probeert zo goed mogelijk aan te geven in welke fase de doelgroep het beste te benaderen is met welk middel.

Uit de bespreking van het mediakeuzemodel blijkt, dat onder meer het moment waarop de doelgroep geconfronteerd wordt met een bepaalde boodschap, bepalend kan zijn voor de houding ten opzichte van die boodschap. Daaruit kan geconcludeerd worden dat het moment dat een boodschap ontvangers bereikt, erg belangrijk is.

In de volgende subparagraaf worden twee andere communicatiemodellen besproken waaraan Van Woerkum eveneens heeft meegewerkt. Het gaat om een tweetal planningsmodellen voor communicatie, welke niet alleen kijken naar de keuze voor een bepaald medium, maar ook uitgebreid aandacht besteden aan de beleidsprocessen die daaromheen een belangrijke rol spelen.

2.4.2 Planningsmodellen

Goede planning is in belangrijke mate een vaardigheid die aangeleerd moet worden. Een degelijk planningsmodel dat een aantal belangrijke zaken op een rijtje zet, is daarbij een belangrijk hulpmiddel. In deze paragraaf worden achtereenvolgens het werkplan voor massamediale voorlichting van Van Woerkum (1987) en het planningsmodel voor de voorlichting van Van Woerkum & Kuiper (1995) besproken.

Werkplan voor massamediale voorlichting

Een bekend planningsmodel uit de toegepaste communicatiewetenschap is het werkplan voor massamediale voorlichting van Van Woerkum (1987). Het werkplan hanteert zeven fasen, die lopen van de voorbereiding, waarin onder andere de doelgroep omschreven wordt en waarin de keuze voor een bepaald medium gemaakt wordt, tot de evaluatiefase, waarin het feitelijke effect van de boodschap onderzocht wordt en eventuele verbeteringen worden aangebracht.

Een van de verdiensten van dit werkplan is dat de aandacht niet alleen uitgaat naar de totstandkoming van de activiteit, maar ook naar een geprogrammeerde uitvoering ervan. Planning is meer dan alleen het maken van een communicatieplan.

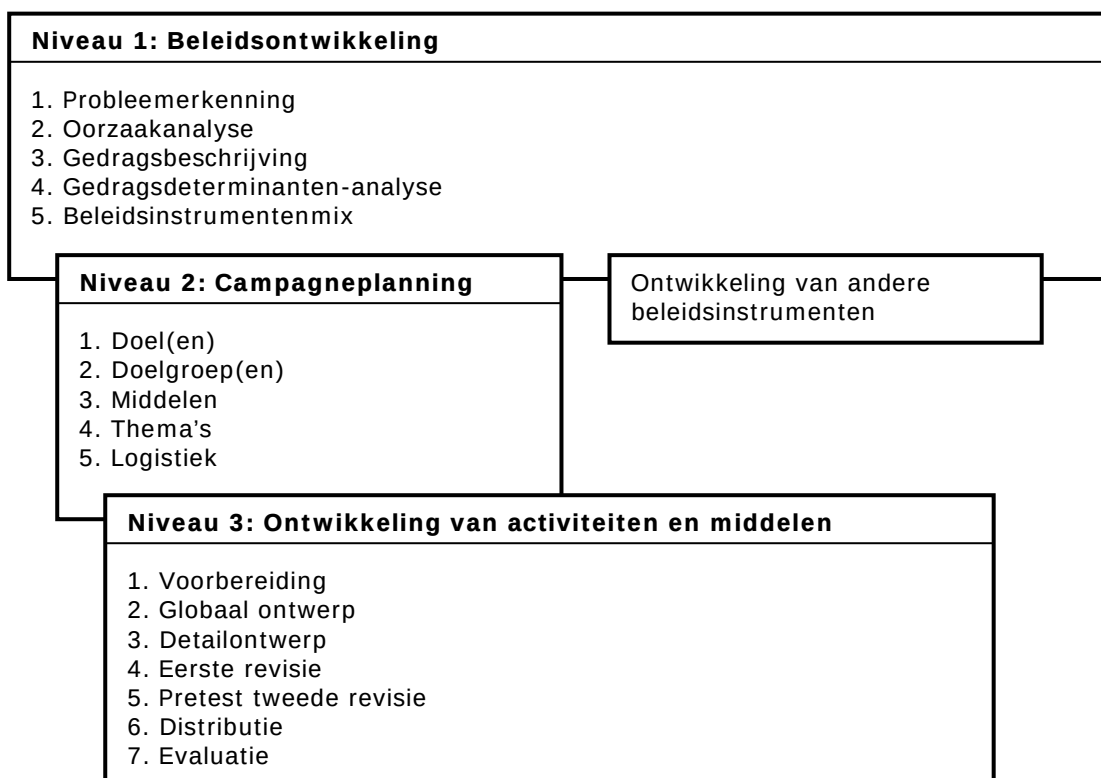
Het werkplan bleek echter ook tekortkomingen te hebben, die tot bijstelling hebben geleid. Daartoe is het werkplan op drie manieren uitgebreid. Ten eerste werd niet langer verondersteld dat instrumentele communicatie – communicatie met een vooropgesteld doel – los kon worden gezien van andere beleidsinstrumenten. Ten tweede werd aangenomen dat er tijdens het opstellen van een beleidsuitvoeringsplan, interactie

moet zijn tussen planmakers en vertegenwoordigers van de doelgroep. Tot slot werd besloten om in het nieuwe model een duidelijk onderscheid te maken tussen besluitvorming op programmaniveau en besluitvorming op activiteitsniveau. Deze uitbreidingen zijn terug te vinden in het herziene model, met de naam 'het planningsmodel voor de voorlichting'.

Planningsmodel voor de voorlichting

Van Woerkum & Kuiper (1995) introduceren als vervolg op het werkplan voor massamediale voorlichting, het planningsmodel voor de voorlichting, waarbij drie samenhangende planningsniveaus worden onderscheiden.

Op het eerste niveau, het beleidsniveau, wordt de positionering van voorlichting in de instrumentenmix bepaald. Een instrumentenmix is een doordachte keuze uit een aantal mogelijke beleidsinstrumenten, die ingezet kunnen worden om een gewenste gedragsverandering teweeg te brengen. Op het tweede niveau, het campagneniveau, wordt het beleidsinstrument 'voorlichting' verder uitgewerkt. Hierbij wordt een voorlichtingsplan opgesteld, waarin het voorlichtingsdoel, de voorlichtingsdoelgroep, de voorlichtingsmethodiek, de behandelde thema's en de benodigde logistiek worden vastgelegd. Op het derde niveau, het activiteitsniveau, worden de activiteiten die voortvloeien uit een voorlichtingsplan zorgvuldig voorbereid, uitgevoerd en geëvalueerd. De echte communicatie met de doelgroep krijgt dan ook pas op dit niveau gestalte. In figuur 2.3 wordt een afbeelding van het planningsmodel voor de voorlichting getoond.



Figuur 2.3: Planningsmodel voor de voorlichting (Van Woerkum & Kuiper, 1995)

Het model biedt ruimte voor flexibiliteit. Dat wil zeggen dat er teruggekoppeld kan worden naar hogere niveaus, wanneer er problemen ontstaan op lagere niveaus.

2.4.3 Samenvatting

In de bovenstaande paragraaf 2.4 zijn drie modellen besproken die ingaan op technieken en strategieën om communicatiemiddelen, in een bepaald traject, zo goed mogelijk in te kunnen zetten. Het gaat om het mediakeuzemodel, het werkplan voor de massamediale voorlichting en het planningsmodel voor de voorlichting.

De communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College zijn allen al ontworpen en in omloop gebracht. In dit onderzoek gaat het erom dat bekeken wordt of deze middelen überhaupt wel ingezet zouden moeten worden en of dat wel op een zo goed mogelijke manier gebeurt. Dit kan het beste gebeuren door gebruik te maken van een evaluatiemodel voor een leerlingwerfcampagne. Omdat hier nog geen bestaand model voor gevonden is, zijn de drie bovenstaande planningsmodellen besproken. Zij kunnen namelijk dienen als handvat bij het ontwerpen van een eigen evaluatiemodel voor een leerlingwerfcampagne.

Uit het mediakeuzemodel is gebleken dat het moment waarop communicatie wordt ingezet, een bepaalde uitwerking kan hebben op de doelgroep. Dit is een belangrijk gegeven, omdat het schooljaar van groep 8-leerlingen eveneens uit verschillende belangrijke momenten bestaat. Hier zal daarom zeker aandacht aan besteed moeten worden.

De andere twee modellen, het werkplan voor massamediale voorlichting en het planningsmodel voor de voorlichting, geven vooral aan hoe belangrijk het is om communicatie niet als een op zichzelf staand gebied te beschouwen, maar om de communicatie een onderdeel te maken van de totale bedrijfsvoering. Hoewel in beide modellen wel wordt stilgestaan bij de evaluatiefase, dienen ze grotendeels om aan te geven dat het belangrijk is dat communicatie een onderdeel van groter beleid is.

In het vervolg van het onderzoek wordt uitgebreid stilgestaan bij het evalueren van enkele middelen. Daartoe is besloten om voor dit onderzoek gebruik te maken van een nieuw ontwikkeld model, specifiek toegesneden op de huidige onderwijswereld. Dat model wordt in de volgende paragraaf gepresenteerd.

2.5 Evaluatiemodel leerlingwerfcampagne

Zoals hierboven al werd duidelijk gemaakt, heeft er nog niet veel onderzoek plaatsgevonden op het terrein van leerlingen werven. Toch is het voor het Bonhoeffer College belangrijk om te weten op welke criteria leerlingen en ouders een middelbare school beoordelen en zelfs kiezen. Dit is direct de eerste onderzoeksvraag die aan de orde komt. Het gaat daarbij om de motieven die bij deze groep belangrijk zijn op het moment dat zij een keuze moeten maken. De vier onderzoeksvragen die daarna aan de orde komen, gaan in op de vragen hoe het Bonhoeffer College scoort op de belangrijk gevonden criteria, in welke periode de doelgroep bepaalde informatie wenst te ontvangen en welke rol de communicatiemiddelen spelen in het traject waarin een keuze gemaakt wordt voor een middelbare school. Hier wordt de respondent naar zijn attitude ten opzichte van het Bonhoeffer College gevraagd. Wanneer de antwoorden op deze onderzoeksvragen gegeven zijn, wordt het mogelijk om een antwoord te geven op de zesde onderzoeksvraag en aansluitend de probleemstelling.

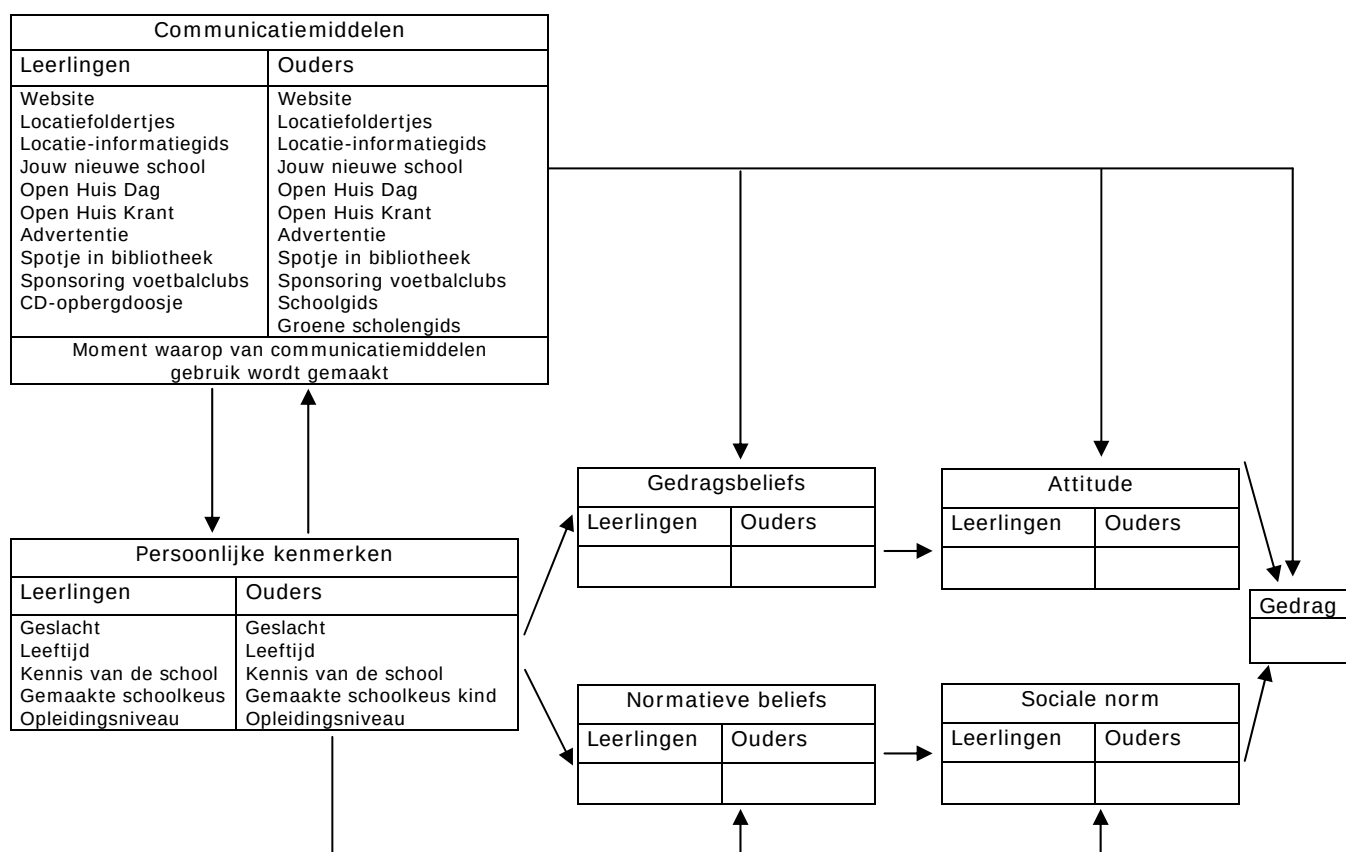
Op dit moment worden er verschillende activiteiten ondernomen om zoveel mogelijk leerlingen te werven voor het nieuwe schooljaar. Het gaat daarbij niet alleen om de inzet van communicatiemiddelen, maar ook om bijvoorbeeld het organiseren van een etentje voor basisschooldirecteuren of het houden van een feedbackmiddag. Ondanks deze actieve benadering is niet precies duidelijk wat het effect van deze middelen is. Evaluatie vindt dan ook niet of nauwelijks plaats.

Dit is echter wel heel belangrijk en om te achterhalen welke criteria bij het maken van de keuze voor de middelbare school een doorslaggevende rol spelen, wordt een vooronderzoek uitgevoerd. Na het uitvoeren van het vooronderzoek wordt duidelijk welke criteria belangrijk worden gevonden. Ook kan uit het vooronderzoek blijken wat de rol van 'belangrijke anderen' zijn, bij het maken van de schoolkeuze. De respondent zal, indien blijkt dat anderen ook invloed hebben op het keuzeproces, in het hoofdonderzoek naar de sociale invloed uit de omgeving worden gevraagd. De vragen die gesteld worden, zullen opgebouwd worden aan de hand van de 'Theorie van beredeneerd gedrag'.

Uit de resultaten van het hoofdonderzoek zal blijken hoe het Bonhoeffer College op de belangrijke criteria scoort, op welk tijdstip de doelgroep informatie wenst te ontvangen en in hoeverre verschillende communicatiemiddelen een rol spelen. Door de uitkomsten van het onderzoek wordt het mogelijk om, mocht dat nodig zijn, een nieuwe marketingcommunicatiemix samen te stellen.

Het beleid van het Bonhoeffer College is erop gericht om ervoor te zorgen dat elke leerling op de juiste plek in het middelbaar onderwijs terecht komt. Daarbij probeert het Bonhoeffer College het leerlingenaantal op haar eigen locaties stabiel houden, dan wel iets te verhogen. Op dit moment is de situatie stabiel. Elk schooljaar kan het Bonhoeffer College rekenen op een vast aantal nieuwe aanmeldingen. Wel is het zo dat de verschillende communicatiemiddelen die ingezet worden met betrekking tot de werving van leerlingen, in totaal erg veel kosten met zich meebrengen, terwijl men niet goed op de hoogte is van de invloed die elk communicatiemiddel heeft. Het Bonhoeffer College wil graag weten van welke communicatiemiddelen relatief meer gebruik wordt gemaakt dan andere en op welk tijdstip welk communicatiemiddel het beste kan worden ingezet. Een aantal communicatiemiddelen, waarvan blijkt dat deze een significant belangrijker of juist minder belangrijke rol spelen dan andere, zullen ook inhoudelijk worden geëvalueerd op kwaliteit. Op die manier zullen de communicatiemiddelen onderzocht en geëvalueerd worden.

De communicatiedoelstellingen zijn de volgende: de groep 8-leerling moet geïnformeerd worden over het Bonhoeffer College, hij moet overtuigd worden van de goede uitgangspunten van het Bonhoeffer College en hij moet geactiveerd worden om zich bij het Bonhoeffer College in te schrijven. Er moet dus een positieve attitude gecreëerd worden onder de doelgroep ten opzichte van het Bonhoeffer College. Het evaluatiemodel voor het werven van leerlingen, waarin alle bovengenoemde factoren terug te vinden zijn, wordt in figuur 2.4 afgebeeld.



Figuur 2.4: Evaluatiemodel voor leerlingwervingcampagne (Grundel, 2005)

De persoonlijke kenmerken van leerlingen en ouders die gemeten zullen worden, zijn het geslacht, de leeftijd, de kennis van het Bonhoeffer College, de gemaakte schoolkeuze en het opleidingsniveau. Deze kenmerken hebben een rechtstreekse invloed op de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, op de gedragsbeliefs en op de normatieve beliefs. Verondersteld wordt namelijk dat de persoonlijke achtergrond van de leerling en de ouder bepaalt of, en zo ja wanneer en welk communicatiemiddel gebruikt

wordt. Ook wordt aangenomen dat kenmerken als kennis van de school, de gemaakte schoolkeuze en het opleidingsniveau bepalend zijn voor de attitude die de groep 8-leerlingen en de ouders hebben ten opzichte van de middelbare school. Een indirecte invloed is er op de attitudes ten opzichte van het Bonhoeffer College en het gedrag. Daarvan wordt namelijk aangenomen dat die voortvloeien uit de beliefs van de leerling en de ouder.

De criteria waarop respondenten gevraagd zullen worden hun beliefs en attitudes duidelijk te maken, worden nog bepaald in een later stadium. Die criteria worden namelijk niet alleen geformuleerd op basis van de literatuur, maar ook op basis van het vooronderzoek.

Waar het in het onderzoek om gaat, is om te bepalen wat de belangrijke schoolkeuzecriteria zijn voor groep 8-leerlingen en ouders en welke beliefs daarvan het meest belangrijk zijn. Daarbij is het uiteraard interessant om te bekijken hoe de respondenten die zich niet bij het Bonhoeffer College hebben aangemeld, scoren op de verschillende criteria. Beoordelen zij het Bonhoeffer College minder goed dan de aankomend leerlingen en zo ja, waar ligt dat dan aan?

Daarna wordt bepaald welke rol de verschillende communicatiemiddelen uit de marketingcommunicatiemix spelen. Welke middelen zijn het meest bekend en welke middelen worden het vaakst gebruikt bij het kiezen van een middelbare school. En is er nog een verschil tussen leerlingen en ouders?

Ook wordt bepaald op welk moment er onder de doelgroep behoefte aan informatie bestaat. Op dit moment wordt de meeste communicatie ingezet in de maanden december, januari en februari, terwijl eigenlijk niet precies bekend is of er dan ook de grootste behoefte aan is. Niet eerder is dit geëvalueerd.

Hetzelfde geldt voor de communicatiemiddelen 'an sich'. Een kwalitatieve beoordeling onder de doelgroep heeft nog niet eerder plaats gevonden. Sommige middelen worden mogelijk erg belangrijk gevonden, terwijl aan andere middelen minder aandacht wordt besteed. Als bekend is welke middelen dit zijn, is het ook zaak om te bekijken hoe deze middelen inhoudelijk verbeterd kunnen worden. Daarom zullen deze middelen geëvalueerd worden.

In het volgende hoofdstuk zal de opzet van het vooronderzoek besproken worden, waaruit zal blijken welke schoolkeuzecriteria een belangrijke rol spelen onder de doelgroep. De uitkomsten van het vooronderzoek bepalen de input van het hoofdonderzoek. Daartoe zullen in hoofdstuk drie ook meteen de resultaten en de conclusies van het vooronderzoek gepresenteerd worden.

3. Criteria die een rol spelen bij de schoolkeuze

3.1 Inleiding

Het onderzoek is opgedeeld in drie delen. In dit hoofdstuk komt het eerste gedeelte van het onderzoek aan de orde. Deel twee valt onder het hoofdonderzoek en deel drie betreft een evaluatie van een aantal communicatiemiddelen. Het eerste deel komt nu aan de orde, omdat het geldt als een vooronderzoek voor deel twee en drie.

In hoofdstuk 1 zijn zes onderzoeksvragen aan de orde gekomen. De onderzoeksvragen twee tot en met zes gaan specifiek in op factoren die gerelateerd zijn aan het Bonhoeffer College en de communicatiemiddelen die de school hanteert. Die vragen komen derhalve aan de orde in het hoofdonderzoek en in het gedeelte waarin enkele communicatiemiddelen geëvalueerd zullen worden. In dit hoofdstuk wordt een antwoord gevonden op de eerste onderzoeksvraag, welke wat algemener geformuleerd is dan de overige vragen. Het antwoord op deze vraag dient namelijk als input voor het verkrijgen van een antwoord op de overige vijf onderzoeksvragen.

3.2 Meten van de criteria die een belangrijke rol spelen

In het vooronderzoek werd geprobeerd een antwoord te vinden op de eerste onderzoeksvraag. De onderzoeksvraag luidt als volgt:

1. “Welke criteria spelen voor groep 8-leerlingen en hun ouders een belangrijke rol in het keuzeproces betreffende een middelbare school?”

Achtereenvolgens wordt het gekozen instrument verantwoord, wordt de opbouw van het instrument besproken, komt aan de orde welke respondenten gevraagd zijn om mee te werken aan het onderzoek en er wordt duidelijk gemaakt hoe de procedure in zijn werk is gegaan. Aansluitend worden de resultaten en de conclusies besproken.

3.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode

Omdat verschillende criteria een rol kunnen spelen bij het bepalen van een middelbare school, is geprobeerd het antwoord op deze vraag te vinden aan de hand van interviews in combinatie met een literatuuronderzoek.

Middels een interview is aan 64 respondenten gevraagd, welke criteria van een middelbare school voor hen bepalend zijn in het keuzeproces voor een specifieke middelbare school. Het meest wezenlijke kenmerk van een interview is gelegen in het doel ervan, namelijk het verzamelen van informatie uit mededelingen van de ondervraagde persoon of personen ter beantwoording van een of meer vooraf bedachte vraagstellingen (Emans, 1990).

Hoewel de eerste onderzoeksvraag ook goed aan de hand van focusgroepen beantwoord had kunnen worden, is toch gekozen voor het interview. De ideale groepsgrootte van een focusgroep is zes tot tien personen. Van in totaal 64 (grotendeels voor elkaar onbekende) groep 8-leerlingen en ouders zou dan gevraagd worden in groepen bijeen te komen om enigszins diepgaand te discussiëren over een of meerdere onderwerpen (Dickson, 2002). Ondanks het feit dat het werken met focusgroepen een schat aan gegevens op kan leveren, werd de planning van deze bijeenkomsten gezien als het grootste obstakel. Daar de eerste onderzoeksvraag dient als vooronderzoek voor de rest van het onderzoek, zouden deze bijeenkomsten al op korte termijn georganiseerd moeten worden. Gezien de tijd en de middelen die hiermee gemoeid zijn, is besloten respondenten individueel te benaderen. Dit is goed mogelijk wanneer gewerkt wordt met een interview.

Een vragenlijst ligt als onderzoeksstrategie vooral voor de hand wanneer het aantal personen waarover je gegevens wilt hebben groot is, wanneer het aantal te meten variabelen groot is, bij onderzoek naar motieven, houdingen, opinies, toekomstplannen en tot slot bij onderzoek naar gedrag (Swanborn, 1994).

Hoewel respondenten gevraagd zijn motieven te noemen voor de schoolkeuze, werd toch gekozen voor het interview als onderzoeksinstrument. Dit is gebeurd, omdat

er slechts gevraagd werd naar één motief, namelijk de schoolkeuze. Het opstellen van een vragenlijst bracht dan teveel werk met zich mee om, in verhouding tot het interview, rendabel te kunnen zijn. Omdat er veel voordelen aan het gebruik van interviews zitten, werd dit de meest geschikte methode bevonden. Die voordelen zijn dat ook onvoorziene informatie verzameld kan worden, dat een precieze interpretatie van de antwoorden mogelijk is en dat er een menselijk en sociaal aspect zit aan het verzamelen van informatie (Millar & Gallagher, 2002).

In de literatuur is al aardig wat bekend over schoolkeuzemotieven. De meeste onderzoeken zijn echter uitgevoerd in de vorige eeuw. Bij het toepassen van die resultaten op de huidige situatie moeten enige kanttekeningen geplaatst worden voor wat betreft de aansluiting op de huidige maatschappij. De etnische samenstelling is veranderd, evenals de stand van de techniek. Tevens wordt er in de huidige, steeds harder wordende maatschappij, veel aandacht besteed aan normen en waarden. Mogelijk spelen deze recente ontwikkelingen tegenwoordig een belangrijke rol, terwijl daar jaren geleden nog in het geheel niet naar omgekeken werd.

Op wat meer recente tijdstippen is ook wel onderzoek uitgevoerd naar schoolkeuzemotieven, maar deze onderzoeken hebben voornamelijk plaatsgevonden in het westen van Nederland. Omdat het Bonhoeffer College in Enschede gevestigd is, waar weer andere criteria een belangrijke rol zouden kunnen spelen dan in de randstad, is het zinvol om middels een vooronderzoek te achterhalen welke schoolkeuzemotieven in deze regio bestaan. Ook omdat het Bonhoeffer College een scholengemeenschap is, die ontstaan is uit een fusie van zeer diverse scholen, werd het belangrijk geacht om schoolkeuzemotieven niet alleen te baseren op literatuur, maar om ook, door middel van interviews, achterliggende motieven voor de keuze van een middelbare school boven tafel te krijgen.

3.2.2 Onderzoeksinstrument

Het interview bestond uit twee delen. Allereerst werd aan respondenten, door middel van één open vraag, gevraagd welke criteria belangrijk zijn bij het maken van de schoolkeuze. Door respondenten één open vraag voor te leggen, is het namelijk mogelijk om die antwoordverzameling op het spoor te komen, waarmee in een later stadium de vragenlijst kan worden gemaakt (Emans, 1990).

Open vragen geven de respondent ruimte om de zaken die hij zelf relevant vindt, op zijn eigen manier naar voren te kunnen brengen. Een open vraag geeft de ondervraagde alle vrijheid om te beslissen, zowel over de verantwoording, de uitgebreidheid en de mate van gedetailleerdheid van het antwoord, als over de dimensies waarlangs het antwoord wordt gezocht (Van der Zee, 1979). Een open vraag is vooral geschikt wanneer nog niet in voldoende mate bekend is wat respondenten zouden kunnen antwoorden (Converse & Presser, 1986).

Om te ondervangen dat respondenten mogelijk enigszins werden overvallen door het interview en het daardoor moeilijk zouden vinden om antwoord te geven op de open vraag, werden ook enkele geschaalde vragen aan de respondent voorgelegd. Er werden achttien motieven voorgelegd die, gebaseerd op literatuuronderzoek, belangrijk konden worden gevonden bij het maken van de keuze voor een middelbare school. Van elk van deze motieven kon de respondent aan de hand van vier alternatieven antwoord geven. Deze alternatieven zijn: "Dat is voor mij onbelangrijk", "Dat is voor mij niet zo belangrijk", "Dat is voor mij belangrijk" en "Dat is voor mij heel belangrijk". Wanneer een respondent echt niet wist welk antwoord hij moest geven, kon hij ook "Dat weet ik niet" antwoorden.

Er is gekozen voor een gestructureerde lijst met achttien schoolkeuzecriteria. Respondenten konden van elk criterium aangeven hoe zwaar deze voor hem of haar telt bij het maken van de schoolkeuze. Een groot voordeel van deze vraagvorm is de hulp bij het herinneren (Emans, 1990). Mensen vergeten nu eenmaal snel en door – na de respondenten eerst te vragen zoveel mogelijk motieven zelf te noemen – zelf motieven te presenteren, kon blijken dat meerdere criteria een rol spelen.

Het voordeel van geschaalde vragen is dat het referentiekader, dat relevant is voor het doel van het onderzoek, er preciezer mee kan worden aangegeven. De strekking

van een geschaalde vraag is moeilijk mis te verstaan. Er ontstaat dan zekerheid dat de informatie die gezocht wordt, ook werkelijk tevoorschijn komt (Van der Zee, 1979). Ook Maso & Smaling (1990) geven aan dat het gebruik van vaste alternatieven in enquêteonderzoek de overweging waard is, omdat de interviewer, in vergelijking met het gebruik maken van meerdere open vragen, daarna moet proberen de antwoorden van een groot aantal personen onder een noemer te brengen, wat niet alleen zeer tijdrovend is, maar wat ook vaak onmogelijk blijkt zonder dezelfde soort knopen door te hakken die anders tijdens het interview door de respondent doorgehakt zouden zijn.

Het interview voor leerlingen (bijlage 1) verschilt iets van het interview voor ouders (bijlage 2). Dit verschil is echter marginaal en betreft voornamelijk verschil in woordkeuze en wijze van aanspreken. Dit is gedaan om het interview qua taalgebruik en formulering zo goed mogelijk af te stemmen op de doelgroep (Labaw, 1982). Inhoudelijk is er slechts sprake van twee kleine verschillen. In het laatste deel van het interview voor de leerlingen, zijn twee geschaalde vragen gesteld die specifiek op de leerling van toepassing zijn. Het gaat om de vragen 'Waar ik zelf graag naartoe wil' en 'Waar mijn ouders vinden dat ik naartoe moet gaan'. Middels een andere formulering, konden dezelfde vragen aan de ouders gesteld worden. De vragen voor de ouders luiden 'Waar mijn kind zelf graag naartoe wil' en 'Waar ik vind dat mijn kind naartoe moet gaan'. Op dat punt wijken de interviews in lichte mate van elkaar af.

3.2.3 Respondenten

Voor de interviews werden respondenten gevraagd, die een objectief antwoord konden geven op de vraag welke criteria een belangrijke rol spelen in het keuzeproces betreffende een middelbare school. Respondenten die hiervoor het meest geschikt werden bevonden, zijn groep 8-leerlingen met hun ouders, die op het moment van de afname van het interview net een keuze voor een bepaalde middelbare school hadden gemaakt.

Aan het vooronderzoek werkten in totaal 64 respondenten mee, evenveel leerlingen als ouders. Er werkten 24 mannen/jongens en 40 vrouwen/meisjes aan het onderzoek mee. In tabel 3.1 ziet dit er als volgt uit:

Tabel 3.1
Indeling respondenten naar geslacht en doelgroep

	Geslacht		N
	Man	Vrouw	
Leerling	18	14	32
Ouder	6	26	32
Totaal	24	40	64

Van alle respondenten gaf net iets meer dan de helft aan niet gelovig te zijn. Van de ondervraagden is ongeveer een vijfde deel rooms-katholiek en een nog kleiner percentage protestants/christelijk. Daarnaast is er nog een kleine groep moslims en een kleine groep anders gelovigen ondervraagd. Uit tabel 3.2 blijkt hoe de indeling van respondenten naar geloofsovertuiging eruit ziet.

Tabel 3.2
Indeling respondententen naar geloofsovertuiging

Geloofsovertuiging	Aantal respondententen	Percentage
Rooms-katholiek	14	21.9
Protestants/christelijk	9	14.1
Islamitisch	4	6.3
Niet gelovig	34	53.1
Anders gelovig	3	4.7
Totaal	64	100

Niet alle respondententen zijn bekend met het Bonhoeffer College. Er blijkt een groot verschil te bestaan tussen de Hengelose respondententen en de respondententen uit Enschede.

Aan de hand van tabel 3.3 wordt al snel duidelijk dat de negentien respondententen die aangeven het Bonhoeffer College goed te kennen, allen uit Enschede komen. Een aantal van 25 respondententen dat aangeeft het Bonhoeffer College niet te kennen, lijkt op het eerste oog een groot aantal. Uit de tabel wordt echter goed duidelijk dat al deze respondententen uit Hengelo komen. Van alle respondententen uit Enschede is er niet één die aangeeft het Bonhoeffer College in het geheel niet te kennen.

Tabel 3.3
Indeling respondententen naar kennis van het Bonhoeffer College

Kennis van Bonhoeffer College	Woonplaats		N
	Hengelo	Enschede	
Niet	25		25
Een beetje	9	6	15
Redelijk		5	5
Goed		19	19
Totaal	34	30	64

Wat echter wel opvalt is dat respondententen het niet vaak hebben over het Bonhoeffer College als een geheel, maar over een specifieke locatie. Een respondent die aangaf het Bonhoeffer College te kennen, werd gevraagd om de locaties te noemen die hij kent. Dan bleek al gauw dat er vaak maar sprake was van een enkele locatie, of hooguit twee locaties die de respondent dan in gedachten heeft.

Voor het hoofdonderzoek is het belangrijk om de doelgroep goed te laten aangeven voor welke locatie zij de vragen beantwoorden. Dan kan namelijk duidelijk worden of er een 'overall' beeld van het Bonhoeffer College bestaat, of dat er verschillend gedacht wordt over de locaties. Met dit gegeven zal bij de opstelling van de vragenlijst goed rekening moeten worden gehouden.

Respondenten werden ook gevraagd naar het advies dat zij van de basisschool kregen voor hun vervolgonderwijs. Hoewel steeds aselekt aan leerlingen is gevraagd om mee te doen aan het onderzoek, hebben er relatief veel leerlingen die een hoog advies hebben gekregen aan het vooronderzoek meegewerkt. Meer dan de helft van de ondervraagde leerlingen heeft een HAVO-advies gekregen, terwijl in Nederland

gemiddeld 60% van de leerlingen naar het VMBO gaat (www.regering.nl 2005) en in Enschede zelfs 70% (www.scholingsboulevard.nl 2005). Dit kan echter goed te maken hebben met het selecteren van leerlingen op basis van toeval en vrijwilligheid. Aan dit vooronderzoek deden in totaal twaalf toekomstige VMBO-leerlingen mee (37,5%), wat niet dermate laag is dat er met deze gegevens niet kan worden gewerkt.

3.2.4 Onderzoeksprocedure

De procedure met betrekking tot deze respondenten, is als volgt verlopen. Aan twee protestants/christelijke, vier rooms-katholieke en aan twee openbare basisscholen, werd gevraagd of enkele leerlingen en ouders mee zouden kunnen werken aan dit onderzoek. Deze scholen werden uitgekozen op basis van hun denominatie en de geografische ligging, in zowel Enschede als Hengelo. In eerste instantie werd verkozen om het vooronderzoek in zijn geheel uit te voeren in Enschede, daar het Bonhoeffer College alleen vestigingen heeft in Enschede.

Echter, het Bonhoeffer College en Het Stedelijk Lyceum zijn elkaars 'concurrenten'. De twee scholen hebben jaren geleden afspraken met elkaar gemaakt. Het Bonhoeffer College beperkt zich, voor wat betreft de 'persoonlijke werving' van nieuwe leerlingen, tot de protestants/christelijke en katholieke basisscholen in Enschede. Het Stedelijk Lyceum doet slechts aan 'persoonlijke werving' met betrekking tot de openbare basisscholen in Enschede. Er is een soort van gentlemen's agreement ontstaan, dat inhoudt: "van elkaars scholen blijven we af". Onder 'persoonlijke werving' moet worden verstaan; het brengen van bezoeken aan het basisonderwijs, het organiseren van feedback-middagen met leerkrachten van het basisonderwijs, het geven van voorlichting op de basisschool zelf, het organiseren van een etentje met directeurs van basisscholen etc. Voor wat betreft de overige activiteiten gericht op de werving van nieuwe leerlingen, bestaan geen afspraken.

Nu er sprake is van het uitvoeren van een onderzoek voor het Bonhoeffer College, komen deze afspraken automatisch ook boven tafel. Ook voor wat betreft het uitvoeren van een onderzoek, is het namelijk uitgesloten dat groep 8-leerlingen en ouders van openbare basisscholen in Enschede – door middel van persoonlijke benadering – gevraagd worden om mee te kunnen werken aan het onderzoek. Met dit gegeven moest rekening worden gehouden voor wat betreft de onderzoeksopzet en de werving van respondenten. Aangezien het niet de bedoeling is van het Bonhoeffer College om de resultaten van het onderzoek te moeten delen met Het Stedelijk Lyceum, is ervoor gekozen de openbare basisscholen uit Enschede in dit onderzoek buiten beschouwing te laten.

Omdat de openbare basisscholen in Enschede niet benaderd konden worden, is hiervoor uitgeweken naar Hengelo. Van deze twee steden mag namelijk verondersteld worden dat ze met elkaar vergeleken kunnen worden (www.plaats.nl 2005). Hoewel in Enschede de protestants/christelijke en de rooms-katholieke basisscholen wel te benaderen zijn, werden, ter controle, ook in Hengelo een protestants/christelijke basisschool en twee rooms-katholieke basisscholen benaderd. Wanneer de motieven voor de schoolkeuze op de bijzondere scholen in Hengelo in overeenstemming zijn met de motieven van de openbare leerlingen en ouders uit Hengelo, kan namelijk aannemelijk worden gemaakt dat de schoolkeuzemotieven die groep 8-leerlingen en hun ouders van de bijzondere basisscholen in Enschede erop nahouden, eveneens gelden voor leerlingen en hun ouders van openbare basisscholen in Enschede. De groep 8-leerlingen en ouders die op bijzondere basisscholen zitten in Hengelo, fungeren op deze manier als een controlegroep.

De benadering verliep in eerste instantie middels een korte brief. Aan twintig scholen in Hengelo en Enschede is een brief gestuurd. Dit aantal is aangehouden om ervoor te zorgen dat er genoeg scholen bereid zouden zijn om mee te werken aan het onderzoek. In de brief is kort uitgelegd wat het doel van het onderzoek is en wat er van de basisscholen gevraagd wordt. Een week nadat de basisscholen de brief hadden ontvangen, is contact opgenomen met de basisscholen. In dit telefoongesprek werd een uitgebreidere toelichting op het onderzoek gegeven.

Per school werden minimaal twee en maximaal vijf leerlingen en ouders ondervraagd. Het totaal aantal leerlingen en ouders dat in Enschede is ondervraagd, is even groot als het aantal leerlingen en ouders dat in Hengelo werd ondervraagd, hoewel in de laatste stad meer basisscholen zijn benaderd. Dit is gebeurd omdat de werkelijke doelpopulatie in Enschede gevestigd is en zo kan een grotere groep uit de daadwerkelijke populatie ondervraagd worden.

Voordat de interviews daadwerkelijk af werden genomen, zijn ze eerst voorgelegd aan twee groep 8-leerlingen uit Eibergen. Bij een toekomstige VMBO-leerling en een toekomstige VWO-leerling, is het interview afgenomen. Daaruit bleek dat een paar kleine aanpassingen qua tekst en uitleg, het interview nog iets duidelijker konden maken. Deze aanpassingen zijn doorgevoerd en daarmee werden de interviews geschikt bevonden om afgenomen te kunnen worden onder de doelgroep. Inhoudelijk is er niets meer gewijzigd.

Hieronder, in tabel 3.4, wordt overzichtelijk weergegeven hoeveel leerlingen en ouders, van welke scholen uit Enschede en Hengelo, hebben meegewerkt aan het onderzoek.

Tabel 3.4
Overzicht van meewerkende basisscholen aan het vooronderzoek

Woonplaats	Openbaar		Denominatie		Protestants/christelijk	
	Leerlingen	Ouders	Leerlingen	Ouders	Leerlingen	Ouders
Hengelo						
Drienermarke	5	5				
Anninkschool	5	5				
De Hunenborg			2	2		
St. Plechelmus			2	2		
Het Kompas					3	3
Enschede						
Paulusschool			5	5		
Bonifatius			5	5		
Drakensteyn					5	5

De leerlingen zijn onder schooltijd geïnterviewd. Per gesprek werd ongeveer een kwartier uitgetrokken, waarvoor de school gevraagd werd de leerling toestemming te geven om de les gedurende deze tijd te verlaten. In een aparte ruimte kon het interview één op één worden afgenomen. Later werd telefonisch contact gezocht met de ouders van deze leerlingen, zodat zij op een ander tijdstip geïnterviewd konden worden. Op deze manier werd sociale invloed zoveel mogelijk uitgeschakeld (Heuvelman & Gutteling, 1997). Sociale invloed zou bijvoorbeeld kunnen optreden wanneer de leerling bij de ouder aanwezig is. Een van de twee zou de ander dan in zijn antwoorden kunnen beïnvloeden. Aan de basisscholen is gevraagd om het telefoonnummer te verstrekken van de ouders van deze leerlingen. Op die manier konden de ouders 's avonds telefonisch benaderd worden.

De gegevens die uit de interviews voort zijn gekomen, zijn vergeleken met de resultaten die in de literatuur te vinden zijn. Samen met de componenten uit de 'Theorie van beredeneerd gedrag', vormen deze gegevens de input voor het instrument dat in het hoofdonderzoek gebruikt zal worden. De resultaten van de interviews zullen in de volgende paragraaf gepresenteerd worden.

3.3 Resultaten

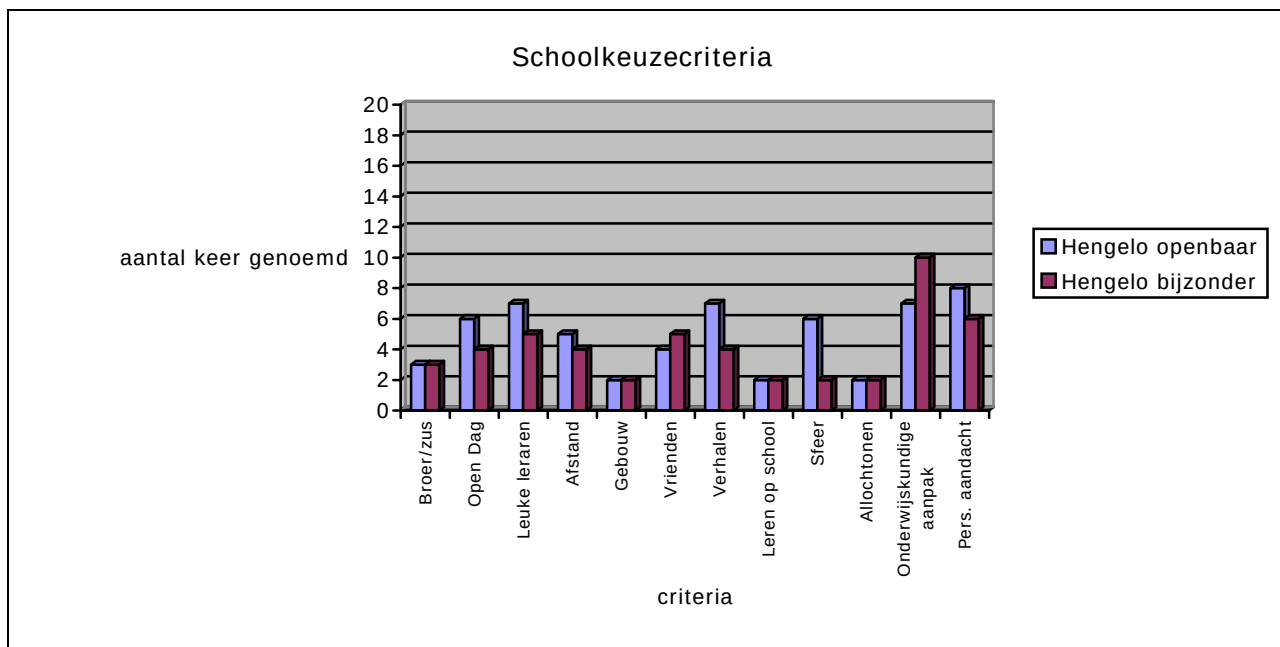
Na het afnemen van de interviews, zijn de resultaten van de open en gesloten vragen verwerkt. De resultaten van het vooronderzoek worden in deze paragraaf gepresenteerd.

3.3.1 Motieven voor schoolkeuze: open vraag

In het eerste deel van het interview werd, middels een open vraag, aan leerlingen en ouders gevraagd om alle motieven te noemen die voor hen een rol speelden bij het kiezen voor de middelbare school. Al gauw werd duidelijk dat de antwoorden die leerlingen en ouders van openbare basisscholen hebben gegeven, niet veel verschillen van de antwoorden die leerlingen en ouders van bijzondere basisscholen hebben gegeven.

Om tot die conclusie te kunnen komen, zijn de antwoorden van de 'openbaren' en de 'bijzonderen' uit Hengelo met elkaar vergeleken. In Hengelo zijn in totaal zeventien leerlingen en zeventien ouders ondervraagd. De 34 respondenten uit Hengelo noemden 27 spontane motieven. Van deze 27 motieven zijn de motieven die door meer dan één persoon genoemd werden, in figuur 3.1 verwerkt.

Uit figuur 3.1 is eenvoudig op te maken dat de motieven van de respondenten van de verschillende soorten onderwijs niet veel van elkaar verschillen. Op de onderdelen 'Waar broer/zus naar school toe gaat', 'Hoe het schoolgebouw eruit ziet', 'Mogelijkheid om te leren op school' en 'Het aantal niet-Nederlanders op de school' scoren de beide groepen zelfs gelijk. Kleine verschillen zitten er in de onderdelen 'De Open Dag was erg leuk', 'Er moeten leuke leraren zijn', 'Afstand tot de school', 'Waar vrienden/vriendinnen naar toe gaan', 'De verhalen van anderen over de school', 'De sfeer op school', 'Onderwijskundige aanpak' en 'De persoonlijke aandacht die de leerling krijgt'. Het is vaak het openbaar onderwijs dat steeds een iets hogere score heeft dan het bijzonder onderwijs. Dit verschil kan echter goed verklaard worden, doordat in totaal twintig respondenten van het openbaar onderwijs zijn ondervraagd en veertien respondenten van het bijzonder onderwijs.



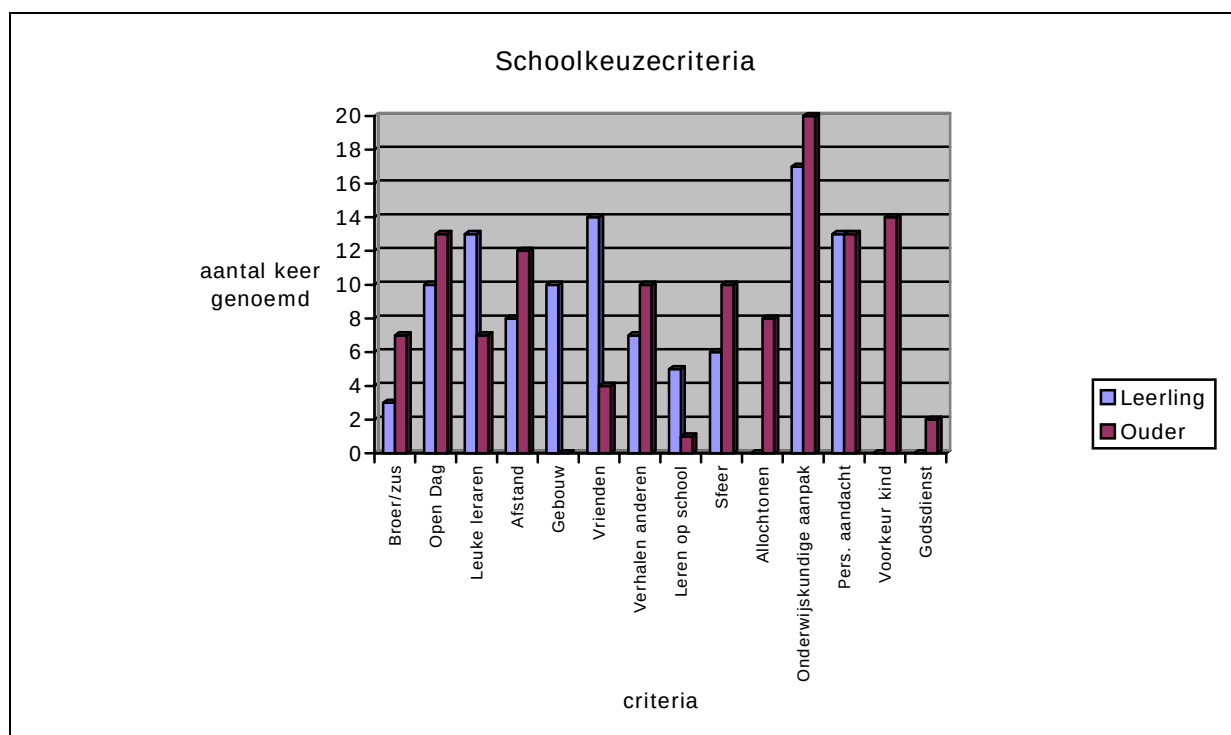
Figuur 3.1: Vergelijking openbaar en bijzonder onderwijs in Hengelo

Aangezien de in figuur 3.1 weergegeven twaalf motieven meer dan één keer, door middel van 'unaided recall' genoemd werden, mag verondersteld worden dat deze motieven een belangrijke rol spelen bij het bepalen van de keuze voor de middelbare school bij groep

8-leerlingen. Unaided recall betekent dat respondenten alles wat hen te binnen schiet vrij op mogen noemen. Ze worden daarbij niet geholpen door de onderzoeker of wie dan ook (Rossiter & Percy, 1997). Na het beoordelen van de resultaten op de gesloten vragen, wordt bekeken in hoeverre deze motieven overgenomen zullen worden in de vragenlijst die gebruikt zal worden voor het hoofdonderzoek.

Nu wordt bekeken of ouders andere motieven hebben voor de schoolkeuze dan leerlingen. Daarbij wordt ook de groep respondenten uit Enschede betrokken. In Enschede zijn in totaal vijftien leerlingen en vijftien ouders ondervraagd. In het hieronder gepresenteerde overzicht, zullen de motieven van alle respondenten tezamen gepresenteerd worden, dus zowel Enschede als Hengelo. Opnieuw worden alleen die motieven weergegeven die door meer dan één persoon genoemd zijn. Alle antwoorden die gegeven zijn op de open vragen, zijn vermeld in bijlage drie.

Uit figuur 3.2 is op te maken dat voor ouders voor een groot deel dezelfde motieven gelden als voor groep 8-leerlingen, maar op sommige onderdelen is er wel degelijk sprake van een verschil. Dat blijkt goed uit deze grafiek. Voor ouders is het belangrijker waar een eerder kind van hen naar school toe gaat, dan voor de leerling zelf. De leerling daarentegen, let er meer op of de leraren van de nieuwe school wel leuk zijn.



Figuur 3.2: Vergelijking leerlingen en ouders

Een opvallend verschil zit in het item 'Hoe het gebouw eruit ziet'. Tien leerlingen geven aan dit belangrijk te vinden, tegenover niet één ouder. Ook letten leerlingen meer op waar hun vrienden/vriendinnen naar school toe gaan, dan ouders dat doen.

Een ander opvallend verschil blijkt uit de score op het item 'Het aantal niet-Nederlanders op de school'. Er is niet één leerling die aangeeft dit een belangrijk criterium te vinden, terwijl er acht ouders zijn die dit item wel noemen.

Ook zijn er veertien ouders geweest die spontaan noemden 'Waar mijn kind zelf graag naar toe wil', terwijl er geen leerlingen zijn die zeggen 'Waar ik zelf graag naar toe wil'. Dit laatste was ook niet te verwachten. Het geeft echter wel aan dat ouders meer en meer luisteren naar de wens van hun kind.

Geconcludeerd kan worden dat ondanks de verschillen die zich voordoen tussen de antwoorden van leerlingen en ouders, er wel verondersteld mag worden dat er tussen

de antwoorden van de groep 'openbaren' en de groep 'bijzonderen' geen grote verschillen bestaan.

Het is nu relevant om te kijken welke criteria in de open vraag in grote getale genoemd zijn, maar die niet voorgelegd werden in de geschaalde vragen van het interview. Er zijn vier criteria door zowel leerlingen als ouders genoemd op de open vraag, maar die niet terug kwamen in het gedeelte van het interview met de geschaalde vragen. Het gaat daarbij om de criteria:

- Er moeten leuke leraren zijn.
- De mogelijkheid om op school te kunnen leren.
- De onderwijskundige aanpak. Daaronder vallen subcategorieën als:
 - o De vakken waar de school les in geeft.
 - o De wijze van lesgeven.
 - o De ruimte die bestaat voor de ontplooiing van creativiteit.
- Persoonlijke aandacht. Daaronder vallen de subcategorieën:
 - o Kleinschaligheid van de school.
 - o Aandacht die voor elke leerling bestaat.

Tezamen met de resultaten van de geschaalde vragen, wordt beoordeeld welke criteria in de vragenlijst worden opgenomen. Op die criteria zal het Bonhoeffer College vervolgens beoordeeld worden.

3.3.2 Motieven voor schoolkeuze; geschaalde vragen

In deze paragraaf wordt de uitslag van de geschaalde interviewvragen beschreven. Allereerst wordt echter bekeken of de geschaalde vragen voldoende betrouwbaar zijn.

Betrouwbaarheid van de vragen

De lijst met geschaalde vragen bestond uit achttien items, zowel voor leerlingen als voor ouders. Met deze achttien items is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd op basis van Cronbach's Alpha. In eerste instantie werd een Alpha verkregen van 0.67.

Omdat een hogere Alpha meer betrouwbare resultaten oplevert bij de verwerking van gegevens dan een lage Alpha, is bekeken welk item verwijderd kon worden om tot een hogere Alpha te komen. De Alpha kreeg na verwijdering van het item 'Of ik de opleiding helemaal af kan maken op de school' een betrouwbaarheid van 0.70. Echter, na verwijdering van het item 'Waar de leerling zelf naar school toe wil', kon de Alpha nog verder verhoogd worden, van 0.70 naar 0.73. Daarna werd nogmaals bekeken of de Alpha verhoogd kon worden. Hierop is besloten het item 'De sport en culturele bezigheden van de school' eveneens te schrappen uit de lijst van geschaalde vragen. Cronbach's Alpha werd nu namelijk 0.74. Na een laatste beoordeling omtrent het verwijderen van enige items, werd besloten niet nog een item te schrappen. Wanneer het item 'Waar vrienden/vriendinnen van de leerling naar school toe gaan' ook zou worden verwijderd, zou de Alpha oplopen van 0.7416 naar 0.7431. Deze verhoging is te laag om relevant te kunnen zijn. Daartoe is besloten om verder te werken met een Alpha van 0.74. De items 'Of ik de opleiding helemaal af kan maken op de school', 'Waar de leerling zelf naar school toe wil' en 'De sport en culturele bezigheden van de school' worden in de rest van het onderzoek buiten beschouwing gelaten.

Schoolkeuzecriteria die een belangrijke rol spelen

In deze paragraaf wordt beschreven wat de uitkomst is van de gemeten items. Aan de hand van een tabel wordt weergegeven welke schoolkeuzecriteria, in welke mate, door de doelgroep belangrijk gevonden worden. Per item zal telkens de gemiddelde score en de standaardafwijking worden weergegeven. Daarbij staat 1 voor 'onbelangrijk', 2 voor 'niet zo belangrijk', 3 voor 'belangrijk' en 4 voor 'heel belangrijk'. De criteria zijn in de tabel geordend van heel belangrijk naar onbelangrijk.

Tabel 3.5 toont de gemiddelde score per item met de bijbehorende standaardafwijking, waarbij alle respondenten in de berekening mee worden genomen.

Tabel 3.5
Gemiddelde score op de verschillende schoolkeuzecriteria

Schoolkeuzecriteria	Gemiddelde	SD
De sfeer op school	3.5	0.53
De kwaliteit van het onderwijs	3.5	0.58
De Open Dagen van de school	3.1	0.56
De moderne middelen die de school heeft voor het leren	3.0	0.78
De communicatiemiddelen van de school	3.0	0.91
Waar ik vind dat mijn kind naartoe moet	2.9	0.78
De verhalen van anderen over de school	2.7	0.84
De buurt waarin de school ligt	2.4	0.85
Waar vrienden/vriendinnen naar toe gaan	2.2	0.82
De afstand van huis naar school	2.1	0.74
Hoe het schoolgebouw eruit ziet	2.1	0.83
Het aantal leerlingen op de school	2.1	0.86
Waar broer/zus naar school toe gaat	1.8	0.96
Aantal allochtonen op de school	1.8	0.85
Denominatie van de school	1.6	0.84

Noot. N = 64 voor de meeste criteria. De gemiddelden gelden dan voor alle respondenten. Voor het criterium 'Waar ik vind dat mijn kind naartoe moet', geldt N = 32. Deze vraag werd alleen aan ouders voorgelegd. Voor het criterium 'Waar broer/zus naar school toe gaat', geldt N = 35. Dit komt doordat niet iedereen een broer of zus heeft, of doordat het kind dat nu in groep acht zit, de eerste is die naar de middelbare school toe gaat.

Al snel wordt duidelijk dat de sfeer op school en de kwaliteit van het onderwijs de belangrijkste criteria zijn, dit in tegenstelling tot de vroeger belangrijk gevonden criteria afstand, kwaliteit en denominatie. Van deze drie criteria staat tegenwoordig alleen kwaliteit nog bovenaan in de lijst. Afstand en denominatie hebben plaats gemaakt voor andere criteria, zoals sfeer op school, de Open Dagen, moderne middelen die de school heeft voor het leren en de communicatiemiddelen van de school.

De antwoorden op deze geschaalde vragen, komen in sterke mate overeen met de antwoorden die de respondenten eerder op de open vragen gaven. Er kan gesproken worden over een top vijf aan antwoorden, die er heel anders uitziet dan de top drie van tien tot twintig jaar geleden. Mogelijk dat de opkomst van het digitale tijdperk iets met deze verschuiving te maken heeft. Wat de precieze achterliggende oorzaak voor deze verschuiving is, is echter niet duidelijk. Wel is nu voor het Bonhoeffer College een duidelijk beeld ontstaan van de criteria die momenteel een belangrijke rol spelen.

Gemiddelden van onafhankelijke groepen vergeleken

In de bovenstaande paragraaf werden de 'overall scores' van alle items afzonderlijk weergegeven. Dit is gedaan zodat een goed algemeen beeld ontstaat van welke criteria de doelgroep in zijn geheel belangrijk vindt. In deze paragraaf gaat het er echter om dat twee onafhankelijke groepen met elkaar vergeleken worden, namelijk de 'openbaren' met de 'bijzonderen' en de leerlingen met de ouders.

Openbaar versus bijzonder

Omdat de Enschedese openbare basisscholen voor dit onderzoek niet benaderd konden worden, is hiervoor uitgeweken naar Hengelo. In Hengelo werden twee openbare en drie bijzondere basisscholen gevraagd om medewerking te verlenen aan dit vooronderzoek. De bedoeling daarvan was om na te gaan of de schoolkeuzemotieven van deze twee groepen van elkaar verschilden of niet. Bij geen of weinig verschil mag namelijk worden aangenomen dat de schoolkeuzemotieven van de openbare basisscholen uit Enschede, overeen zullen komen met de motieven die leerlingen en ouders van bijzondere basisscholen in Enschede erop nahouden.

Hoewel het aantal respondenten dat heeft meegewerkt aan het onderzoek niet groot genoeg is om volledig onderbouwde uitspraken te kunnen doen, kunnen er wel

aannames worden gedaan. Daartoe is een T-toets uitgevoerd om tot betrouwbare uitspraken te kunnen komen. De resultaten hiervan worden per item weergegeven in tabel 3.6.

Uit tabel 3.6 blijkt goed dat er op de items nauwelijks sprake is van significante verschillen. Op de meeste items zijn de verschillen tussen de groepen zo klein, dat de F-waarden laag zijn en het verschil niet significant te noemen is ($p \leq 0.05$). Echter, waar wel sprake is van een significant verschil, is bij het item 'Godsdienst van de school' ($F = 13.721$, $p = 0.00$). Hoewel zowel de respondenten van de openbare als de bijzondere basisscholen de denominatie van de school niet meer erg belangrijk vinden, is er tussen de beide groepen wel sprake van een significant verschil. De respondenten van de openbare basisscholen vinden de denominatie van de school namelijk onbelangrijk (gem. = 1.15) en de respondenten van de bijzondere basisscholen vinden de denominatie niet zo belangrijk (gem. = 2.00). Op alle overige criteria mogen de beide groepen aan elkaar gelijk gesteld worden.

Tabel 3.6
Vergelijking openbaar en bijzonder onderwijs in Hengelo

Schoolkeuzecriteria	Gemiddelde score	
	Openbaar	Bijzonder
Afstand tot de school	1.95	2.07
Buurt waarin de school ligt	2.05	2.71
Communicatiemiddelen van de school	2.80	3.29
Verhalen van anderen	2.40	2.85
Open Dagen van de school	3.05	3.14
Waar ik vind dat mijn kind naartoe moet	2.30	2.85
Waar vrienden naar toe gaan	2.40	2.57
Aantal niet-Nederlanders	1.60	1.86
Sfeer op de school	3.25	3.64
Moderne middelen op school	2.80	3.42
Hoe schoolgebouw eruit ziet	2.00	2.57
Aantal leerlingen op de school	2.25	2.07
Kwaliteit van het onderwijs	3.50	3.50
Godsdienst van de school	1.15*	2.00
Waar broer/zus naar school gaat	1.42	2.50

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Nu in Hengelo slechts op één item een significant verschil is ontdekt tussen de groepen, mag aangenomen worden dat de schoolkeuzemotieven van Enschedese leerlingen en ouders van bijzondere basisscholen, gelijk zijn aan de motieven van Enschedese leerlingen en ouders die verbonden zijn aan het openbaar basisonderwijs. Dat bleek ook al uit de antwoorden die respondenten op de open vragen hebben gegeven. Schoolkeuzemotieven van openbare leerlingen en ouders verschillen niet van schoolkeuzemotieven van bijzondere leerlingen en ouders. Alleen het verschil in oordeel over de denominatie van de school zou ook in Enschede van toepassing kunnen zijn.

Hierna wordt bekeken of er ook verschil bestaat tussen de leerlingen en de ouders. Dit is voor het Bonhoeffer College erg interessant om te weten in verband met het verspreiden van doelgroepsspecifieke informatie. Ook biedt dit een handvat voor het ontwerpen van de vragenlijst. Mogelijk dat de vragen voor ouders op een aantal punten zullen verschillen van de vragen voor leerlingen.

Leerlingen versus ouders

De resultaten van de vergelijking tussen leerlingen en ouders worden in tabel 3.7 gepresenteerd. Uit tabel 3.7 blijkt dat leerlingen en ouders het op veel punten met elkaar eens zijn.

Toch zijn er wel enige significante verschillen te bespeuren. De communicatiemiddelen van de school worden door de ouders belangrijker gevonden dan door de leerlingen ($F = 5.285$, $p = 0.03$). Ook blijkt het verschil tussen leerlingen en ouders op het item 'Het aantal niet-Nederlanders op de school' significant te zijn ($F = 6.952$, $p = 0.01$). Ouders vinden het aanmerkelijk belangrijker dan leerlingen dat er niet teveel allochtonen op de middelbare school zitten. Dan is er nog een laatste item waarop de antwoorden van de twee groepen van elkaar verschillen. In 35 van de 64 gevallen was er sprake van een oudere broer of zus die al op een middelbare school zit. Voor ouders is het meer belangrijk dat het volgende kind dan ook naar die school gaat, dan voor leerlingen ($F = 10.734$, $p = 0.00$). Hoewel het verschil tussen ouders en leerlingen significant is, is het criterium 'an sich' niet zo heel belangrijk. Ouders geven aan dat het meer een soort gemakzucht is. Ze kennen de school, de leraren, ze horen goede verhalen van hun oudste kind en het is in dat geval makkelijk om te zeggen dat de volgende daar dan ook maar naar toe gaat. Voor leerlingen is dit item echter nog minder belangrijk.

Tabel 3.7
Vergelijking leerlingen en ouders in Enschede en Hengelo

Schoolkeuzecriteria	Gemiddelde score	
	Leerlingen	Ouders
Afstand tot de school	1.97	2.25
Buurt waarin de school ligt	2.16	2.66
Communicatie van de school	2.63	3.31*
Verhalen van anderen	2.66	2.69
Open Dagen van de school	3.00	3.13
Waar ik vind dat kind naartoe moet	2.56	2.91
Waar vrienden naar toe gaan	2.25	2.09
Aantal niet-Nederlanders	1.48	2.22*
Sfeer op de school	3.38	3.59
Moderne middelen op school	2.75	3.19
Hoe schoolgebouw eruit ziet	2.03	2.25
Aantal leerlingen op de school	1.88	2.34
Kwaliteit van het onderwijs	3.28	3.69
Godsdienst van de school	1.59	1.69
Waar broer/zus naar school gaat	1.65	2.00*

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Geconcludeerd kan worden dat leerlingen en ouders over het algemeen dezelfde criteria belangrijk vinden, maar dat op een aantal punten de meningen wel verschillen.

In de volgende paragraaf wordt, op basis van de hierboven gepresenteerde resultaten, besproken welke criteria mee worden genomen naar het hoofdonderzoek en welke criteria hiervoor niet relevant genoeg zijn. Afhankelijk van de literatuur, de antwoorden op de open vraag en de antwoorden op de geschaalde vragen, zal bepaald worden welke criteria zullen dienen als input voor de vragenlijst die gebruikt zal worden in het hoofdonderzoek.

3.4 Conclusies

In deze paragraaf wordt een antwoord gegeven op de eerste onderzoeksvraag:

1. “Welke criteria spelen voor groep 8-leerlingen en hun ouders een belangrijke rol in het keuzeproces betreffende een middelbare school?”

Er wordt besproken welke criteria, die getest zijn in het vooronderzoek, meegenomen zullen worden in het hoofdonderzoek. Daartoe zullen de criteria die in de literatuur werden gevonden, naast de criteria die uit dit vooronderzoek naar voren kwamen, worden gelegd.

3.4.1 Belangrijke criteria: literatuur

In hoofdstuk twee, waarin de schoolkeuzemotieven vanaf de jaren '90 besproken zijn, bleek al dat de toenmalige top drie van schoolkeuzemotieven, gewijzigd was ten opzichte van de toep drie uit het nieuwe millennium. Afstand, denominatie en kwaliteit van de school waren niet langer de drie belangrijkste criteria. Hoewel kwaliteit nog steeds hoog op het lijstje bleef staan, zakten afstand en denominatie enigszins in de rangschikking. Ze verdwenen niet helemaal van het podium, maar eind jaren '90 en in het begin van de nieuwe eeuw gingen ook andere motieven een rol spelen. De belangrijkste daarvan waren de onderwijskundige aanpak van de school, anderen die ook naar de school toe gaan, het imago van de school, de etnische samenstelling op de school, de sfeer op school, de moderne middelen waarover de school beschikt voor het leren, hoe het schoolgebouw eruit ziet, de grootte van de school en de voorkeur van het kind.

3.4.2 Belangrijke criteria: open vraag

Alle motieven uit de literatuur werden in de interviews genoemd door leerlingen en ouders als antwoord op de open vraag. Leerlingen en ouders gaven echter nog twee extra motieven aan, die niet uit de literatuur naar voren kwamen. Zowel leerlingen als ouders gaven aan dat het belangrijk is dat er leuke leraren werken op de middelbare school en dat ze veel waarde hechten aan de Open Dagen. Deze twee criteria kwamen niet terug in de literatuur, terwijl meerdere respondenten aangaven deze criteria belangrijk te vinden. Dat er leuke leraren moeten werken op de middelbare school, is door 16% van de respondenten bij de open vraag aangegeven, terwijl dit noch terugkwam in de literatuur, noch in de geschaalde vragen. Dit is een item dat echter niet over het hoofd mag worden gezien en waarmee wel degelijk rekening zal worden gehouden bij de opbouw van de vragenlijst. 'De Open Dagen van de school' is een criterium dat ook niet uit de literatuur naar voren kwam, maar dat in de geschaalde vragen wel aan de orde is gesteld. Daaruit bleek dat het criterium erg belangrijk wordt gevonden.

Wat eveneens uit de antwoorden op de open vraag is gebleken, is dat de criteria 'Er moeten mogelijkheden zijn om op school te leren', 'De onderwijskundige aanpak' en 'Persoonlijke aandacht' erg belangrijk werden gevonden. Deze drie criteria worden in de literatuur wel genoemd, maar niet als heel belangrijk aangegeven. In de geschaalde vragen zijn deze criteria daarom niet opgenomen. Toch blijkt nu, middels de open vraag, dat respondenten uit de omgeving van Hengelo en Enschede daar wel degelijk waarde aan hechten. Deze drie criteria zullen daarom nader beoordeeld worden met betrekking tot het wel of niet opnemen van deze criteria in de vragenlijst die wordt gebruikt voor het hoofdonderzoek.

Een laatste punt dat opviel uit de antwoorden op de open vraag is dat er een paar verschillen bestaan tussen leerlingen en ouders. Leerlingen hechten veel waarde aan hoe het gebouw eruit ziet en waar vrienden of vriendinnen van hen naar toe gaan, terwijl dit voor ouders niets uitmaakt. Daar tegenover staat dat ouders erg letten op waar een oudere broer/zus van de groep 8-leerling naar school gaat, hoeveel niet-Nederlanders er op de middelbare school zitten en wat de voorkeur van het kind zelf is. De items die door leerlingen respectievelijk ouders belangrijk worden gevonden, zullen opgenomen worden in de vragenlijst voor leerlingen respectievelijk ouders.

3.4.3 Belangrijke criteria; geschaalde vragen

Van de achttien geschaalde items, zijn er drie items weggelaten uit de verwerking ten behoeve van een hogere Alpha. Er zijn daarna nog vijftien items overgebleven. Per item is gevraagd naar de mate waarin het item belangrijk wordt gevonden voor de bepaling van de keuze voor de middelbare school. Niet elk item werd even belangrijk gevonden als het andere. Om ervoor te zorgen dat de vragenlijst niet te lang zou worden, is besloten alleen die items mee te nemen naar het hoofdonderzoek, die door de respondenten zijn beoordeeld met een gemiddelde score van 2,5 of hoger. Zo wordt een selectie gemaakt die gebaseerd is op de mate van belangrijkheid van het item. Alleen de belangrijk gevonden criteria, komen na deze selectie terug in de vragenlijst. Criteria die daarbij horen, zijn 'De sfeer op school', 'De kwaliteit van het onderwijs', 'De Open Dagen van de school', 'De moderne middelen die de school heeft voor het leren', 'De communicatiemiddelen van de school', 'De verhalen van anderen over de school' en 'De voorkeur van de ouders van de leerling'.

Aan de bovenstaande criteria worden nog twee laatste criteria toegevoegd, hoewel de gemiddelde score van deze items lager is dan 2,5. Het gaat om de items 'Het aantal niet-Nederlanders op de school' en 'Waar broer/zus naar school toe gaat'. Van beide items is de gemiddelde score slechts 1.8. Echter, omdat op deze criteria een significant verschil werd gevonden tussen leerlingen en ouders, is besloten om deze criteria uit te splitsen en in de vragenlijst voor leerlingen achterwege te laten, maar in de vragenlijst voor ouders wel op te nemen. Dit komt overigens overeen met de antwoorden die eerder op de open vraag werden gevonden.

3.4.4 Belangrijkste criteria

Voor de overzichtelijkheid zal hieronder een opsomming gemaakt worden van de criteria die in de vragenlijst zullen worden opgenomen. Het gaat om de volgende:

- De sfeer op school.
- De kwaliteit van het onderwijs.
- De Open Dagen van de school.
- De moderne middelen die de school heeft voor het leren.
- De communicatiemiddelen van de school.
- De verhalen van anderen over de school.
- De leraren moeten leuk zijn.
- De mogelijkheden om op school te leren.
- De persoonlijke aandacht.
- Hoe het schoolgebouw eruit ziet.
- De voorkeur van het kind (*alleen voor ouders*).
- Waar oudere broer/zus naar school toe gaat (*alleen voor ouders*).
- Het aantal niet-Nederlanders op de school (*alleen voor ouders*).
- Waar vrienden/vriendinnen naar toe gaan (*alleen voor leerlingen*).

Van deze criteria wordt nu verondersteld dat zij, bij groep 8-leerlingen en hun ouders een belangrijke rol spelen bij het maken van de keuze voor de middelbare school. Deze criteria zullen daarom worden opgenomen in de vragenlijst, zodat voor het Bonhoeffer College bekeken kan worden hoe de school hierop 'scoort'.

In het volgende hoofdstuk zal dieper worden ingegaan op de opbouw van de vragenlijst. De score op de belangrijke schoolkeuzecriteria is namelijk niet het enige dat telt. Ook wordt stilgestaan bij de communicatiemiddelen die het Bonhoeffer College hanteert en er wordt gekeken op welk moment in het keuzeprocess de grootste informatiebehoefte bestaat.

Echter, de vragenlijst is niet het enige dat besproken zal worden, het vormt een onderdeel van het hoofdonderzoek. In hoofdstuk vier komt aan de orde hoe het hoofdonderzoek in zijn totaliteit is opgebouwd.

4. Score voor het Bonhoeffer College; criteria & middelen

4.1 Inleiding

In hoofdstuk 1 zijn zes onderzoeksvragen aan de orde gekomen, welke tezamen een antwoord kunnen geven op de probleemstelling. Om de afzonderlijke onderzoeksvragen zo goed mogelijk te kunnen beantwoorden, werd het onderzoek opgedeeld in een vooronderzoek en een hoofdonderzoek. In het vooronderzoek is de eerste onderzoeksvraag aan de orde gekomen. Het hoofdonderzoek dient ertoe om een antwoord te geven op de onderzoeksvragen twee, drie, vier en vijf.

4.2 Meten van de score op belangrijke criteria en middelenmix

De onderzoeksvragen die in dit hoofdstuk aan de orde komen, zijn de volgende:

2. *“Welke criteria zijn voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend in het keuzeproces betreffende een middelbare school?”*

3. *“Hoe ‘scoort’ het Bonhoeffer College op de criteria die voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend zijn in het keuzeproces betreffende een middelbare school?”*

4. *“In welke fase van het keuzeproces van de doelgroep is behoefte aan welke informatie?”*

5. *“In hoeverre spelen de verschillende communicatiemiddelen die het Bonhoeffer College hanteert met betrekking tot de werving van leerlingen een rol bij het maken van de keuze voor deze middelbare school?”*

In het vooronderzoek werd aan de hand van interviews, in combinatie met literatuuronderzoek, vastgesteld welke criteria een belangrijke rol spelen bij de keuze voor een middelbare school.

In dit gedeelte van het onderzoek zijn deze belangrijke criteria, samen met de voorspellers uit de Theorie van beredeneerd gedrag, opgenomen in het onderzoeksinstrument. Zo wordt niet alleen duidelijk welke criteria het meest belangrijk worden gevonden, maar ook blijkt dan welk item binnen een bepaald criterium een belangrijke rol speelt. Daarnaast werd gevraagd naar de rol die de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College spelen bij het maken van de schoolkeuze. Tot slot werd ingegaan op het moment waarop de schoolkeuze wordt gemaakt.

Opnieuw zal de opbouw van het onderzoek uiteengezet worden door eerst de onderzoeksmethode te verantwoorden, daarna het onderzoeksinstrument te bespreken, vervolgens de werving van respondenten en tot slot de onderzoeksprocedure aan de orde te stellen. Het onderzoeksinstrument, een vragenlijst, is vooraf getest door drie personen. Ook daarvan wordt verslag gedaan in paragraaf 4.2.

4.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode

Voor dit deel van het onderzoek is gebruik gemaakt van een vragenlijst. Het afnemen van een vragenlijst houdt in dat een aantal personen op systematische wijze wordt ondervraagd op een groot aantal punten. Meestal vormt deze groep personen een zorgvuldig getrokken steekproef uit een bepaalde omschreven populatie. Het is de bedoeling van een vragenlijst om de conclusies, waartoe je op grond van de steekproef komt, te generaliseren naar de populatie (Swanborn, 1994). Het gebruik van de vragenlijst ligt hier erg voor de hand, omdat gevraagd wordt naar attitudes, meningen en opinies onder een groot aantal personen.

Een vragenlijst is derhalve voor kwantitatief onderzoek een probaat middel, omdat de methode makkelijk hanteerbaar, eenvoudig te verwerken en goed te interpreteren is (Clampitt, 2002). Fink (1995) is het hier mee eens. Gesloten vragen kunnen gestandaardiseerde data produceren, welke eenvoudig geanalyseerd kunnen worden.

Statistische analyse is volgens Fink essentieel wanneer je uitspraken wilt doen voor grote groepen personen. Dit is echter niet het enige voordeel van het gebruik van een vragenlijst. Een bijkomend voordeel is namelijk dat, bij eenduidig opgestelde vragen dan wel stellingen, de gegeven antwoorden maar op één manier te interpreteren zijn voor zowel de respondent als de onderzoeker. Gesloten vragen zijn daardoor makkelijk te standaardiseren.

Bij kwantitatief onderzoek wordt een representatief deel van een populatie ondervraagd om uitspraken te kunnen doen over de hele groep (Van der Most, 2003). Een voordeel van kwantitatieve methodes, zoals een vragenlijst met attitudeschalen, is dat het een onderzoeker in staat stelt om segmenten te onderscheiden binnen bepaalde doelgroepen. Vooral in dit onderzoek is dat een belangrijk gegeven. Het Bonhoeffer College is een scholengemeenschap met zeven verschillende locaties verspreid in Enschede. Mogelijk denken leerlingen die bijvoorbeeld naar de Bruggertstraat gaan, anders over het Bonhoeffer College dan leerlingen die naar de Wethouder Beversstraat gaan. Niet op elke locatie wordt hetzelfde onderwijs aangeboden. Ook dit is een punt waarop de doelgroep, die ook ingedeeld kan worden naar opleidingsniveau, zou kunnen verschillen.

Het verspreiden van een vragenlijst levert op een eenvoudige en goedkope manier een schat aan gegevens op en er kan goed rekening worden gehouden met de verschillen die tussen de onderlinge respondenten bestaan. Ook Akkerboom & Luiten (2001), die verschillende vragenlijsten aan een pretest onderworpen hebben, kwamen tot de conclusie dat het enige werkelijk geschikte instrument voor het ondervragen van een groot aantal individuen, een vragenlijst is.

In het vooronderzoek werd gewerkt met kwalitatieve face-to-face interviews. Met dit onderzoek konden meningen en motivaties geanalyseerd en geïnventariseerd worden. Hierbij ging het erom dat een zo volledig mogelijk beeld ontstond van de verschillende motiveringen, gedragingen en argumenten die groep 8-leerlingen en hun ouders konden hebben bij het maken van hun keuze voor een middelbare school. Kwalitatief onderzoek wordt in de praktijk heel vaak gevolgd door kwantitatief onderzoek (Labaw, 1982). Zo ook in dit onderzoek. De criteria, waarvan groep 8-leerlingen en ouders in het vooronderzoek aangaven deze als belangrijk te ervaren, zijn in dit deel van het onderzoek opgenomen in de vragenlijst.

4.2.2 Onderzoeksinstrument

De vragenlijst die ontwikkeld is om de vier onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden, is opgebouwd uit geschaalde vragen. Volgens Fishbein & Ajzen (1975) kan de attitude van een groot aantal personen het best gemeten worden aan de hand van een vragenlijst die bestaat uit attitudeschalen, omdat – zoals eerder is aangegeven – attitudeschalen ervoor zorgen dat dataverwerking dan zo eenvoudig mogelijk wordt gehouden, de antwoorden goed te interpreteren zijn en de methode makkelijk hanteerbaar is, zowel voor de onderzoeker als voor de respondent.

Deze vragenlijst is gebaseerd op een 5-puntsschaal. Hierbij is sprake van een middencategorie, die een neutraal standpunt vertegenwoordigt als de schaal naar een oordeel vraagt. Een voordeel van een middencategorie is dat respondenten er hun werkelijk neutrale mening in kunnen uitdrukken (Brinkman, 1994). Vanwege het gevaar dat de respondent een middencategorie verkeerd gebruikt, raadt men het gebruik daarvan soms af. Toch wordt er in dit geval waarde aan gehecht dat de respondent zijn neutrale antwoord kwijt kan, omdat de middencategorie logisch gezien past tussen de andere antwoordcategorieën en ook als zodanig wordt benoemd. Brinkman geeft aan dat de onderzoeker niet de fout in moet gaan de middencategorie te benoemen als ‘weet niet’ of ‘geen mening’, maar de middencategorie de specifieke benaming ‘niet eens, maar ook niet oneens’ te geven. Zo wordt de middencategorie geen echte vluchtmogelijkheid voor de respondent, maar is het een nadrukkelijke antwoordmogelijkheid.

Aangezien in de vragenlijst is gekozen voor het gebruik van vaste antwoordalternatieven, werd van de onderzoeker verondersteld dat deze goed op de hoogte is van de antwoordmogelijkheden die zich kunnen voordoen, zodat de in werkelijkheid aanwezige variëteit uitputtend kan worden afgebeeld op de verzameling

alternatieven. Het vooronderzoek dat hiertoe vereist is (Swanborn, 1994), heeft inmiddels plaatsgevonden. De interviews hebben gezorgd voor een gedegen input van constructen die in de vragenlijst zullen worden opgenomen.

De interviews zijn afgenomen onder zowel leerlingen als ouders. Na het verwerken van de interviews met een computerprogramma, bleek dat de schoolkeuzemotieven van leerlingen in lichte mate afwijken van de motieven van ouders. Met dit verschil is rekening gehouden tijdens het ontwikkelen van de vragenlijst.

De constructen die in de vragenlijst voor leerlingen (bijlage 4) zijn opgenomen, zijn 'sfeer op school', 'kwaliteit van het onderwijs', 'moderne middelen / mogelijkheden om op school te leren', 'leraren van het Bonhoeffer College', 'persoonlijke aandacht' en 'hoe het schoolgebouw eruit ziet'. Al deze constructen zijn ook opgenomen in de vragenlijst voor de ouders, maar daar werd nog een extra construct aan toegevoegd. Ouders hebben tijdens de interviews namelijk aangegeven rekening te houden met het aantal allochtonen op de middelbare school. Daartoe is voor hen een extra construct in de vragenlijst ingebouwd (bijlage 5). De score op deze constructen werd gemeten aan de hand van attitudes, de evaluatie van die attitudes en de sociale norm van de respondenten, volgens de Theorie van beredeneerd gedrag. Na het verwerken van de resultaten op deze constructen, konden de onderzoeksvragen twee en drie beantwoord worden.

De vierde onderzoeksvraag, die ingaat op de periode waarin de respondent zijn of haar keuze maakt, is beantwoord met de vragen die in het laatste gedeelte van de vragenlijst werden gesteld.

Om de vijfde onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, werd in het voorlaatste gedeelte van de vragenlijst gevraagd welke communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College bekend zijn bij de respondenten en in welke mate de respondent een bepaald middel heeft gebruikt.

Het Bonhoeffer College doet gedurende het hele schooljaar aan 'werving' van nieuwe leerlingen. Daarvoor gebruikt de school verschillende communicatiemiddelen, waarvan de externe middelen bestaan uit een website, een krant voor de Open Huis dagen, een aantal advertenties, sponsoring van voetbalclubs, de SOVO-brochure, locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school'. Deze laatste wordt uitgereikt in combinatie met een presentje, dit jaar een CD-opbergdoosje. Tevens reikt het Bonhoeffer College jaarlijks een informatiegids per locatie uit, bedoeld voor leerlingen die zich op de school hebben ingeschreven. Ook wordt aan de eerstejaars leerlingen eenmalig een schoolgids uitgereikt, welke overigens ook op te vragen is voor belangstellenden. Naast de inzet van externe communicatiemiddelen, doet het Bonhoeffer College ook aan werving van nieuwe leerlingen door middel van voorlichting aan basisscholen, door Open Huis dagen te houden, door het organiseren van feedbackmiddagen met groep 8-leerkrachten, door het organiseren van bijeenkomsten met basisschooldirecteuren, door groep 8-leerlingen uit te nodigen op de locaties en door in de periode rond de Open Huis dagen te proberen af en toe in de krant te verschijnen.

Omdat het totale aantal middelen en activiteiten met betrekking tot de werving van nieuwe leerlingen op ongeveer vijftien uitkomt, konden niet alle communicatiemiddelen in het onderzoek worden meegenomen. Er is derhalve gekozen om alleen die communicatiemiddelen in de vragenlijst op te nemen, die direct verband houden met het werven van leerlingen voor het eerste leerjaar.

De vragenlijst is opgezet aan de hand van de Theorie van beredeneerd gedrag. Dat houdt in dat de respondent eerst naar zijn attitude ten opzichte van een bepaald schoolkeuzecriterium werd gevraagd, vervolgens werd de respondent gevraagd hier een waardeoordeel aan toe te kennen en daarna werd rekening gehouden met de sociale norm die voor de respondent een rol kan spelen. Ook hier is een onderscheid aangebracht in de vragenlijst voor leerlingen en de vragenlijst voor ouders. Uit de interviews is gebleken dat leerlingen vooral waarde hechten aan de mening van hun vrienden/vriendinnen en hun ouders. De groep die mogelijk invloed heeft op de mening van ouders van groep 8-leerlingen wordt verondersteld groter te zijn. Ouders hebben tijdens de interviews aangegeven niet alleen te kijken naar de wens van hun kind, maar

ook te letten op de mening van vrienden, familie, ouders van andere groep 8-leerlingen en op de mening van een (eventueel) oudere broer of zus van de groep 8-leerling.

4.2.3 Respondenten

De vragenlijst is aan andere respondenten worden voorgelegd, dan aan degenen die hebben meegewerkt aan het vooronderzoek. De keuze voor nieuwe respondenten is gemaakt om reactiviteit zoveel mogelijk uit te sluiten. Reactiviteit houdt in dat de meetprocedure zelf de te meten variabele beïnvloedt. Mensen kunnen bijvoorbeeld hun gedrag gaan wijzigen als zij weten dat zij een belangrijk onderdeel vormen van het onderzoek (Van Engelenburg, 2001).

Wel werden opnieuw groep 8-leerlingen en hun ouders gevraagd om mee te werken aan het onderzoek. De directe doelgroep is de populatie groep 8-leerlingen en hun ouders in Enschede. Groep 8-leerlingen en ouders van basisscholen in Lonneker, Boekelo, Losser, Haaksbergen, Glanerbrug en andere plaatsen rondom Enschede worden in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. In de vragenlijst komen namelijk attitudeschalen aan de orde die specifiek ingaan op criteria die belangrijk zijn voor het Bonhoeffer College. Van groep 8-leerlingen en hun ouders uit de omringende plaatsen wordt verondersteld dat er niet in dezelfde mate binding is met middelbare scholen in Enschede, als de binding onder de Enschedese groep 8-leerlingen.

Opnieuw werden alleen groep 8-leerlingen en ouders benaderd van bijzondere basisscholen, te weten vijf aselekt gekozen protestants/christelijke en vijf aselekt gekozen rooms-katholieke basisscholen. Aan het hoofdonderzoek werkten in totaal 248 leerlingen en 81 ouders mee. Gespreid naar geslacht ziet dit er als volgt uit (tabel 4.1).

Tabel 4.1
Indeling respondenten naar geslacht

	Geslacht		N
	Man	Vrouw	
Leerling	121	127	248
Ouder	24	57	81
Totaal	145	184	329

De gemiddelde leeftijd van de leerlingen is 11,9 jaar met een minimumleeftijd van 10 en een maximumleeftijd van 14 jaar. Bij de ouders is de gemiddelde leeftijd 42 jaar met een minimumleeftijd van 32 en een maximumleeftijd van 57 jaar.

De leerlingen geven aan het Bonhoeffer College significant beter te kennen dan de ouders. De leerlingen kennen het Bonhoeffer College 'redelijk' en ouders geven aan het Bonhoeffer College 'een beetje' tot 'redelijk' te kennen ($F = 21.49$, $p = 0.00$).

Van alle leerlingen wordt in tabel 4.2 weergegeven naar welke middelbare school zij toe gaan na de basisschool. Uit die tabel blijkt dat de meeste leerlingen van deze tien basisscholen kiezen voor een locatie van het Bonhoeffer College. Maar liefst 200 van de 248 leerlingen gaan naar een locatie van het Bonhoeffer College (80.6%), acht leerlingen gaan naar het AOC Oost (3.2%), 37 leerlingen gaan naar Het Stedelijk Lyceum (14.9%) en drie leerlingen gaan naar een andere middelbare school (1.2%).

De reden dat zoveel leerlingen naar het Bonhoeffer College gaan, heeft te maken met de steekproef. Voor het hoofdonderzoek konden immers alleen rooms-katholieke en protestants/christelijke basisscholen worden benaderd. Toch zit er op de ondervraagde scholen nog een redelijke groep leerlingen (14.9%) die naar een locatie van Het Stedelijk Lyceum gaat.

Tabel 4.2
Indeling leerlingen van basisschool naar middelbare school

Basisschool	Locatie													N
	BS	GW	LS	VdW	WB	AOC	KP	OPDC	WBr	WP	Z	Zw	Anders	
Anna v Buren	7			1	3		3			2			1	17
Kon. Beatrix	6	1		2	5		1	1			1	1		18
Toermalijn					9		1							10
Drakensteyn	1	2	2	6	2	1				2	1			17
Paus Joannes	1	1		15		3	3			4			2	29
W. vd Heyden	11	7	1	3	6	2					1	1		32
G. Bomans		9		11	1		1		1		5			28
Triangel	24	9		2	13	2	1		1		1	2		55
Mecklenburg	4	14	1		2						1			22
Prins Maurits		11			7						2			20
Totaal	54	54	4	40	48	8	10	1	2	8	12	4	3	248

Noot. Betekenis afkorting van de middelbare scholen wordt hieronder weergegeven:

BS = Bonhoeffer College Bruggertstraat

GW = Bonhoeffer College Geessinkweg

LS = Bonhoeffer College Lijsterstraat

VdW = Bonhoeffer College Van der Waalslaan

WB = Bonhoeffer College Wethouder Beversstraat

AOC = AOC Oost

KP = Stedelijk Lyceum Kottenpark

OPDC = Stedelijk Lyceum OPDC

WBr = Stedelijk Lyceum Wesselerbrink

WP = Stedelijk Lyceum Wooldrikspark

Z = Stedelijk Lyceum Zuid

Zw = Stedelijk Lyceum Zwering

Anders = bijv. verhuizing naar een andere stad

De leerlingen zijn ook ingedeeld naar opleidingsniveau. In tabel 4.3 wordt weergegeven hoeveel leerlingen er per opleidingsniveau vertegenwoordigd zijn. Uit tabel 4.3 blijkt dat 34% van de leerlingen een VMBO-advies heeft gekregen. Nog eens 24,2% van de leerlingen kreeg het advies VMBO-T/HAVO, wat opgeteld 58,2% is en goed overeenkomt met het gemiddelde percentage VMBO-leerlingen in Nederland, dat rond de 60% ligt (www.minocw.nl 2005). In Enschede gaat gemiddeld 70% van de leerlingen naar het VMBO (www.scholingsboulevard.nl 2005) en met die gegevens komen deze cijfers iets minder goed overeen. Mogelijk dat dit percentage jaarlijks in lichte mate afwijkt ten opzichte van het jaar ervoor.

Tabel 4.3
Indeling leerlingen naar opleidingsniveau

Opleidingsniveau	Aantal leerlingen	Percentage leerlingen
Praktijkonderwijs	3	1.2
VMBO	84	34
VMBO-T/HAVO	60	24.2
HAVO	9	3.6
VWO	6	2.4
HAVO/VWO	66	26.6
Atheneum	1	0.4
Gymnasium	9	3.6
VWO+	10	4.0
Totaal	248	100

Het opleidingsniveau van de ouders die hebben meegewerkt, is redelijk gespreid. Er is een onderscheid gemaakt in een laag, gemiddeld en hoog opleidingsniveau. Een laag niveau heeft iemand die geen opleiding heeft, LTS of MAVO heeft gevolgd. Een gemiddeld opleidingsniveau heeft iemand die MBO heeft gevolgd en iemand met HAVO, VWO, HBO of WO is hoog opgeleid (www.ggd.nl 2005).

Uit tabel 4.4 blijkt dat, van de ouders die hebben deelgenomen aan het onderzoek, een percentage van 37% laag is opgeleid. De groep ouders die gemiddeld is opgeleid, omvat 25.9% van de ouders en 36.9% van de ouders is hoog opgeleid.

Tabel 4.4
Indeling ouders naar opleidingsniveau

Opleidingsniveau	Aantal ouders	Percentage ouders
Geen opleiding	16	19.8
LTS	7	8.6
MAVO	7	8.6
HAVO	7	8.6
VWO	1	1.2
MBO	21	25.9
HBO	18	22.2
WO	4	4.9
Totaal	81	100

4.2.4 Onderzoeksprocedure

Bij het onderzoeken van leerlingen van basisscholen, is het belangrijk om niet zomaar een steekproef te trekken uit alle leerlingen (Swanborn, 1994). Er werd daarom eerst een representatieve steekproef uit alle scholen van de operationele populatie getrokken en later werden de leerlingen die in de groep 8-klassen van de gekozen scholen zitten, gevraagd om mee te werken aan het onderzoek, evenals hun ouders. Opnieuw kon alleen gebruik worden gemaakt van de rooms-katholieke en protestants/christelijke basisscholen.

Om te komen tot betrouwbare resultaten is het – bij gebruikmaking van een vragenlijst – van belang om een groot aantal respondenten te ondervragen (De Jong & Schellens, 1997). Het totaal aantal groep 8-leerlingen dat momenteel in Enschede op de bijzondere basisscholen zit, wordt geschat op ongeveer 750.

Om de respondenten zoveel mogelijk te spreiden, werd aan tien verschillende basisscholen om medewerking gevraagd, vijf protestantse/christelijke en vijf rooms-katholieke scholen. Het invullen van de vragenlijst gebeurde op deze basisscholen zelf. De leerlingen waren daar bij elkaar aanwezig en klassikaal kon de vragenlijst verspreid worden. Van de gekozen scholen werd dan de hele groep 8-klas in een keer ondervraagd.

De ouders van deze leerlingen zijn via de leerlingen benaderd. Wanneer de leerlingen de vragenlijst hadden ingevuld, kreeg elke leerling nog een vragenlijst uitgereikt. Deze kon hij mee naar huis nemen en door een van zijn ouders laten invullen. Omdat verondersteld werd dat ouderparen redelijk eensgezind zijn in hun mening betreffende schoolkeuze, kreeg elke leerling één vragenlijst mee naar huis. Tevens werd dan uitgesloten dat ouderparen de antwoorden van elkaar zouden beïnvloeden. Afhankelijk van de voorkeur van de basisschool werden de vragenlijsten van de ouders een week later weer opgehaald, of er werd voor de ouders een retourenvelop bijgevoegd, voorzien van postzegels. De vragenlijsten konden dan rechtstreeks naar het Bonhoeffer College worden teruggestuurd.

De tien basisscholen die hebben meegewerkt aan het onderzoek, worden in tabel 4.5 afgebeeld. Daarbij wordt per school aangegeven hoeveel leerlingen in de groep 8-klas zitten.

Tabel 4.5
Basisscholen die meewerkten aan het hoofdonderzoek

Basisschool	Aantal leerlingen
Anna van Buren Meeuwenstraat	17
Koningin Beatrix	18
De Toermalijn	10
Drakensteyn JP Coenstraat	17
Paus Joannes	29
Wethouder van der Heyden	32
Goedfried Bomans	28
De Triangel	55
Mecklenburg De Posten	22
Prins Maurits	20
Totaal	248

4.2.5 Pretest van de vragenlijst

Voordat de vragenlijst is afgenomen bij de bovenstaande tien scholen, is de vragenlijst getest. Omdat de vragenlijst van toepassing is op de onderwijssituatie in Enschede, leek de meest logische stap voor het pretesten, om de vragenlijst voor te leggen aan groep 8-leerlingen uit Enschede. Omdat er geen bestaande contacten van familie of kennissen uit de doelgroep voorhanden waren, is besloten één basisschool die heeft meegewerkt aan het vooronderzoek, nogmaals te benaderen. Hiertoe is basisschool de Bonifatius benaderd en deze school toonde zich direct bereidwillig.

Twee leerlingen, een willekeurige VMBO-BBL-leerling en een willekeurige VWO-leerling, zijn gevraagd om uit de klas te komen en mee te werken aan de pretest. Deze twee leerlingen hebben de vragenlijst in een aparte ruimte ingevuld. De bedoeling van de pretest was om te controleren hoeveel tijd het invullen van de vragenlijst in beslag zou nemen en om te beoordelen of de inhoud van de vragenlijst begrijpelijk was voor de doelgroep. Daartoe kregen de leerlingen vooraf duidelijke instructies. Hen werd gevraagd om steeds plekken in de vragenlijst te markeren, waarover bij hen onduidelijkheden bestonden. Ook werd daarbij vermeld dat na het invullen van de gehele lijst, alle opmerkingen zouden worden besproken. Aan de leerlingen werd niet verteld dat de tijd werd bijgehouden. Er is juist gezegd dat de leerlingen zo lang als ze wilden over het invullen konden doen.

Na het invullen van de vragenlijst kwamen veelal dezelfde opmerkingen van de leerlingen boven tafel. Beide leerlingen gaven aan dat er een paar moeilijke woorden in de vragenlijst stonden, zoals bijvoorbeeld 'gemotiveerd'. Deze woorden zijn in de herziene versie vervangen door meer begrijpelijke taal. Ook was het voor de leerlingen niet helemaal duidelijk naar welke vragen ze soms werden doorverwezen. Wanneer een situatie niet op hen van toepassing was, werden ze doorverwezen naar een volgende vraag (bijvoorbeeld op een volgende bladzijde). Dat stond echter niet helemaal duidelijk aangegeven en leerlingen kwamen daardoor uit bij verkeerde vragen. In de herziene versie is dit verduidelijkt.

Tevens ging een groot gedeelte van de eerste versie van de vragenlijst in op het beoordelen van de communicatiemiddelen. Per communicatiemiddel werd gevraagd of ze het middel leuk, duidelijk, informatief, mooi en nuttig vonden. Deze vragen kwamen nadat de leerlingen alle geschaalde vragen over bijvoorbeeld de sfeer en de kwaliteit van

het onderwijs al hadden ingevuld. Uit hun beide reacties bleek dat ze niet veel 'zin' hadden in nog een groot gedeelte geschaalde vragen. Eveneens bleek dat de leerlingen negentien minuten nodig hadden om de vragenlijst in te vullen. Daarmee werd de gestreefde afnametijd van een kwartier overschreden. Om binnen het kwartier te blijven is daartoe besloten het gedeelte met de geschaalde vragen over de communicatiemiddelen uit de vragenlijst te schrappen. Dit is een logische stap, daar er in het laatste deel van het onderzoek, waarin een aantal middelen geëvalueerd worden, kwalitatief gekeken wordt naar de inhoud van een aantal afzonderlijke communicatiemiddelen.

Een pretest van de vragenlijst heeft niet alleen plaatsgevonden onder leerlingen, maar ook onder een ouder van een leerling. De ouders krijgen in principe dezelfde vragenlijst, echter, zoals hierboven besproken werd, deze vragenlijst is iets uitgebreider. Hierdoor werd de vragenlijst voor ouders ook iets langer. Het invullen van de vragenlijst voor ouders duurde achttien minuten. Hoewel wordt gesproken over een gemiddelde invultijd van een kwartier, is toch besloten om de lengte van de vragenlijst niet aan te passen. Wanneer vooraf wordt gesproken over een gemiddelde invultijd van 20 minuten wordt gevreesd voor een lagere respons. Van drie minuten extra tijd wordt verondersteld dat de overschrijding niet erg groot is, zodat een zo groot mogelijk responspercentage kan worden behaald.

4.3 Resultaten

In deze paragraaf worden de resultaten van het hoofdonderzoek gepresenteerd. Omdat de vragenlijst zo is opgebouwd, dat op vier onderzoeksvragen een antwoord kan worden verkregen, wordt per onderzoeksvraag het resultaat besproken.

Echter, alvorens in te gaan op het antwoord op de onderzoeksvragen, is het eerst belangrijk om te meten hoe betrouwbaar de constructen zijn die in de vragenlijst zijn opgenomen.

Factoranalyse

De score voor het Bonhoeffer College wordt gemeten op zes constructen voor leerlingen en zeven constructen voor ouders. Na het uitvoeren van de exploratieve factoranalyse, bleek dat het computerprogramma tien factoren onderscheidde, die 76.5% van de totale variantie konden verklaren. Deze tien factoren kwamen voor een groot deel overeen met de constructen uit de vragenlijst. Deze analyse is uitgevoerd om te bekijken of de constructen die zijn opgesteld, door het computerprogramma daadwerkelijk werden herkend als constructen.

De constructen 'sfeer op school', 'kwaliteit van het onderwijs' en 'hoe het schoolgebouw eruit ziet' werden door het computerprogramma gekenmerkt als één factor. Het construct 'de leraren op school' werd door het computerprogramma eveneens gekenmerkt als één factor, op een enkele vraag na. Deze ene vraag is in een andere factor terecht gekomen. Hetzelfde geldt voor het construct 'persoonlijke aandacht'. Het construct 'moderne middelen/mogelijkheden om op school te leren' laadde ook voor het grootste deel in één factor. Echter, van dit construct laadden twee items hoger in een andere factor. Het enige construct waarvan de items in verschillende factoren hoog laadden, was het construct 'het aantal gekleurde Nederlanders op school'. Dit veroorzaakt het aantal van tien factoren.

Na het uitvoeren van de exploratieve factoranalyse, werd de confirmatieve factoranalyse uitgevoerd. Hieruit kwamen gelijke resultaten. Het aantal constructen is niet gelijk aan het aantal factoren, maar dit verschil wordt slechts veroorzaakt door het feit dat een klein aantal vragen hoger laadden in andere factoren.

Betrouwbaarheidsanalyse

Om te beoordelen hoe betrouwbaar de constructen zijn, is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd aan de hand van Cronbach's Alpha.

De constructen 'sfeer op school', 'kwaliteit van het onderwijs', 'persoonlijke aandacht' en 'hoe het schoolgebouw eruit ziet' scoorden direct erg hoog qua betrouwbaarheid. Aan deze constructen hoefde daarom niets gewijzigd te worden.

Het derde construct, 'moderne middelen/mogelijkheden om op school te leren', had aanvankelijk een lagere Alpha, namelijk 0.69. Daartoe is één item uit dit construct verwijderd om de betrouwbaarheid van het construct te verhogen naar 0.82. Het gaat om het item 'Het Bonhoeffer College gebruikt verouderde leerboeken'. Deze vraag zal daarom in de rest van het onderzoek buiten beschouwing worden gelaten. Hetzelfde geldt voor het vierde construct, 'de leraren van het Bonhoeffer College'. De betrouwbaarheid van dit construct was in eerste instantie 0.58. Echter, na het verwijderen van de stelling 'Op het Bonhoeffer College werken strenge leraren', kon de betrouwbaarheid van het construct worden verhoogd naar 0.75.

Het laatste construct, 'het aantal gekleurde Nederlanders' heeft een erg lage betrouwbaarheid van slechts 0.31. Na het verwijderen van enkele vragen, komt de betrouwbaarheid van het construct niet hoger dan een Alpha van 0.42. Dan blijven er echter niet genoeg vragen over in het construct om nog valide te kunnen zijn. Daartoe is besloten de vier vragen uit dit construct op itemniveau te bespreken.

Deze resultaten komen overeen met de resultaten van de factoranalyse. In de onderstaande tabel 4.6 wordt per construct de betrouwbaarheid weergegeven. Ook wordt weergegeven welke items uit een bepaald construct zijn verwijderd.

Tabel 4.6
Betrouwbaarheid van de constructen uit de vragenlijst

Construct	Alpha	Vragen per construct voor analyse	Vragen per construct na analyse	Verwijderde items
Sfeer op school	0.84	8	8	x
Kwaliteit van het onderwijs	0.83	6	6	x
Moderne middelen	0.82	7	6	Het Bonhoeffer College gebruikt verouderde leerboeken
Leraren	0.75	7	6	Op het Bonhoeffer College werken strenge leraren
Persoonlijke aandacht	0.79	5	5	x
Schoolgebouw	0.77	6	6	x
Gekleurde Nederlanders	0.31	4	Itemniveau	Itemniveau

Hieruit blijkt dat de opgestelde constructen in de vragenlijst voor het grootste gedeelte gehandhaafd kunnen blijven. In de volgende paragraaf (4.3.1) wordt bekeken welke criteria het meest belangrijk worden gevonden.

4.3.1 Belangrijke schoolkeuzecriteria

Uit het vooronderzoek bleek al dat er veertien schoolkeuzecriteria zijn voor groep 8-leerlingen en hun ouders, die een belangrijke rol spelen bij het maken van de keuze voor de middelbare school. Zes respectievelijk zeven van deze criteria zijn gevormd tot constructen voor leerlingen respectievelijk ouders.

Nadat de vragenlijst was ingevuld, is opnieuw gekeken naar de mate van belangrijkheid van de criteria. Hieruit is gebleken dat, van de zes resp. zeven opgestelde criteria, een aantal criteria meer belangrijk worden gevonden dan andere. In deze paragraaf wordt besproken welke criteria dat zijn.

Een lineaire regressie-analyse is uitgevoerd om na te gaan door welke criteria het oordeel over het Bonhoeffer College het meest wordt bepaald.

Eerst is gekeken naar het oordeel van alle respondenten. Daarbij werd gevonden dat $R^2 = 0.406$, wat betekent dat een gedeelte van 0.406 van de variantie wordt verklaard door de onafhankelijke variabelen. Uit de variantie-analyse blijkt dat minimaal één regressiecoëfficiënt significant verschilt van nul ($F = 36.575$, $p = 0.00$). De regressiecoëfficiënten hebben allen een positief teken. Dit betekent dat als een van de variabelen toeneemt, het oordeel over het Bonhoeffer College hoger wordt. Om nu het relatieve belang van de verschillende criteria te bepalen, wordt gekeken naar de bèta's van de variabelen. Die worden afgebeeld in onderstaande tabel 4.7.

Bij de score van alle respondenten, is te zien dat het oordeel over het Bonhoeffer College, het meest bepaald wordt door het beeld dat de respondent heeft van de kwaliteit van het onderwijs, de moderne middelen die de school heeft voor het leren en door hoe het schoolgebouw eruit ziet.

Echter, wordt een onderscheid gemaakt naar leerlingen en ouders, dan is te zien dat bij de leerlingen vooral de moderne middelen en het schoolgebouw een belangrijke rol spelen bij het totaaloordeel, terwijl dat bij de ouders juist de kwaliteit van het onderwijs is. De verklaarde variantie bij de leerlingen is $R^2 = 0.424$ en bij de ouders $R^2 = 0.535$.

Tabel 4.7

Relatieve belang van de criteria voor het oordeel over het Bonhoeffer College

Criteria	Bèta		
	Alle respondenten	Leerlingen	Ouders
Sfeer op school	0.070	0.125	0.019
Kwaliteit van het onderwijs	0.151*	0.085	0.497*
Moderne middelen	0.258*	0.271*	0.237
Leraren	0.010	0.121	-.107
Persoonlijke aandacht	0.104	-.027	0.146
Schoolgebouw	0.208*	0.219*	0.048

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Binnen deze criteria werd gevraagd naar verschillende items. Er wordt nu getracht een antwoord te vinden op de vraag welke van de items het meest van de variantie verklaart. Dit gebeurt per criterium. De respondent is namelijk niet alleen gevraagd om een mening over de verschillende criteria van het Bonhoeffer College te geven, maar ook om hier een waardeoordeel aan toe te kennen.

Per criterium wordt nu besproken, welk item van dit criterium het meest bepalend is voor het waardeoordeel van de respondent. Ook nu wordt een onderscheid gemaakt tussen leerlingen en ouders. Steeds wordt een top twee of drie weergegeven. Deze gegevens worden weergegeven in tabel 4.8.

Op de meeste criteria komt het oordeel van leerlingen en ouders redelijk goed overeen, zoals bij 'kwaliteit van het onderwijs', 'moderne middelen', 'persoonlijke aandacht' en 'hoe het schoolgebouw eruit ziet'.

Echter, op twee criteria wijkt het oordeel van leerlingen af van het oordeel van ouders. Bij de sfeer op school letten leerlingen het meest op onderlinge omgangsvormen, terwijl ouders juist letten op de veiligheid en de orde en regels op school. Bij de leraren van het Bonhoeffer College letten leerlingen vooral op de vriendelijkheid van de docent, terwijl het er bij ouders juist om gaat dat de leraar erop toeziet dat de leerling goed zijn best doet.

Tabel 4.8
Belangrijkste item per criterium voor zowel leerlingen als ouders

Criterium	Belangrijkste items	
	Leerlingen	Ouders
Sfeer	Thuis kunnen voelen Leraren gaan leuk met leerlingen om Leerlingen gaan leuk met elkaar om	Veilig en geborgen voelen Thuis kunnen voelen Orde en regels op school
Kwaliteit	Vriendelijke docenten Goed lesmateriaal	Persoonlijke aandacht voor kind Goed lesmateriaal Vriendelijke docenten
Moderne middelen	Mogelijkheid om op school te leren Kind moet zich kunnen ontwikkelen Leuke lesmethoden	Kind moet zich kunnen ontwikkelen Leuke lesmethoden Kind moet enthousiast zijn om te leren
Leraren	Manier van lesgeven Leuke leraren	Deskundige leraren Betrokken leraren Leraren die stimuleren om mee te doen
Persoonlijke aandacht	Zorg voor het kind Aandacht voor het kind Letten op verschil tussen leerlingen	Aandacht voor het kind Zorg voor het kind Goede individuele begeleiding
Gebouw	Gebouw moet goed onderhouden zijn Gebouw moet geordend zijn	Gebouw moet goed onderhouden zijn Gebouw moet geordend zijn Gebouw moet praktisch in gebruik zijn

Respondenten konden over de hierboven omschreven zes criteria hun waardeoordeel geven. Uiteraard zijn deze waardeoordelen ook vergeleken voor de verschillende locaties van het Bonhoeffer College. Hieruit is één significant verschil naar voren gekomen.

De meeste leerlingen vinden het voor de kwaliteit van het onderwijs het meest belangrijk dat er vriendelijke docenten werken. In tegenstelling tot wat de meeste leerlingen vinden, vinden de leerlingen die hebben aangegeven de Lijsterstraat het beste te kennen, voor de kwaliteit van het onderwijs de persoonlijke aandacht voor de leerling het meest belangrijk ($F = 2.135$, $p = 0.01$). Dat komt goed overeen met de identiteit van de Lijsterstraat. Op die locatie wordt namelijk VMBO gegeven aan leerlingen die extra zorg nodig hebben.

In de volgende paragraaf wordt bekeken wat de score van het Bonhoeffer College is, op deze belangrijke criteria. Het is belangrijk voor het Bonhoeffer College dat de score op de meest belangrijke criteria zo hoog mogelijk is. In de volgende paragraaf (4.3.2) wordt bekeken of dat inderdaad het geval is.

4.3.2 Score van het Bonhoeffer College op de belangrijke criteria

Voordat aan de respondenten gevraagd werd om een oordeel te geven over het Bonhoeffer College, werden zij eerst gevraagd om aan te geven welke locaties van het Bonhoeffer College zij kennen. Verondersteld werd namelijk dat respondenten geen 'totaalbeeld' van het Bonhoeffer College hebben, maar een beeld van slechts een paar locaties.

Bekendheid met het Bonhoeffer College

De respondent kreeg de opdracht om alle vragen te beantwoorden voor de locatie waarvan hij aangaf deze het beste te kennen. Per basisschool wordt in tabel 4.9 weergegeven welke locatie de leerlingen het beste kennen.

Uit tabel 4.9 blijkt dat de meeste leerlingen van de Anna van Burenschool, de Koningin Beatrix en De Triangel de Bruggertstraat het beste kennen. De leerlingen van de Toermalijn kennen allen de Wethouder Beversstraat het beste. Basisschool Drakensteyn kent de Van der Waalslaan het beste, evenals basisschool Paus Joannes. De leerlingen van de Wethouder van der Heyden school, de Godfried Bomans, Mecklenburg en de Prins Maurits, kennen de Geessinkweg het beste.

Hoewel in het vooronderzoek werd aangegeven dat afstand tot de school geen belangrijke rol speelt bij het maken van de schoolkeuze, blijkt uit deze cijfers dat de school die men het beste kent, ook de school is die het dichtst bij de basisschool van de leerling ligt. Om te bepalen wat de samenhang is tussen de variabelen 'basisschool' en 'middelbare school', is een Correlatieanalyse uitgevoerd met behulp van de chi-kwadraattoets. Deze toets toonde aan dat de twee variabelen inderdaad met elkaar samenhangen ($r = 289.5$, $p = 0.00$).

Tabel 4.9
Indeling leerlingen naar locatie van het Bonhoeffer College die zij het beste kennen

Basisschool	Locatie						N	
	BS	GW	KD	LS	MP	VdW		WB
Anna v Buren	10					1	6	17
Kon. Beatrix	11	1				1	5	18
Toermalijn							10	10
Drakensteyn	1	3		2		9	2	17
Paus Joannes		1				28		29
W. vd Heyden	10	12		1		2	7	32
G. Bomans		14				12	2	28
Triangel	30	10	1				14	55
Mecklenburg		20		1			1	22
Prins Maurits		14					6	20
Totaal	62	75	1	4		53	53	248

De ouders zijn niet uitgesplitst naar basisschool, bij het aangeven van de locatie die het meest bekend is, omdat een aantal van 81 ouders niet groot genoeg is om daarmee relevante informatie te kunnen geven. Wel wordt in een totaaloverzicht aangegeven welke locatie van het Bonhoeffer College de ouders het beste kennen (tabel 4.10).

Tabel 4.10
Indeling ouders naar locatie van het Bonhoeffer College die zij het beste kennen

Locatie						
BS	GW	KD	LS	MP	VdW	WB
21	14	2	1	1	24	18

Uit tabel 4.9 en 4.10 valt goed af te leiden, dat de locaties Kuipersdijk, Lijsterstraat en Mekkelholtspad nauwelijks beoordeeld zijn door de respondenten. Dit is ook logisch. De Kuipersdijk is een bovenbouwlocatie en de locaties Lijsterstraat en Mekkelholtspad zijn locaties voor leerlingen die extra zorg nodig hebben respectievelijk praktijkonderwijs volgen. De groep 8-leerlingen die naar deze relatief kleine scholen gaan, zijn vaak afkomstig van basisscholen voor speciaal onderwijs. Deze zijn echter niet meegenomen in het onderzoek.

Bij het meten van de score voor het Bonhoeffer College, zal de nadruk daarom liggen op de locaties Bruggertstraat, Geessinkweg, Van der Waalslaan en Wethouder Beversstraat.

Rapportcijfers voor het Bonhoeffer College

Nadat de respondent had aangegeven welke locatie van het Bonhoeffer College hij het beste kent, werd hij gevraagd om een rapportcijfer te geven voor verschillende aspecten van het Bonhoeffer College. Het gemiddelde cijfer dat het Bonhoeffer College krijgt van alle respondenten is een 7,9. Dit is een opvallend hoog rapportcijfer. Wel moet daarbij opgemerkt worden dat het merendeel van de respondenten naar het Bonhoeffer College toe gaat na de zomer. Tussen de leerlingen en ouders zit geen onderscheid qua beoordeling.

Wordt dit cijfer echter opgesplitst naar verschillende criteria die respondenten belangrijk vinden en naar de locatie waarover het oordeel is gegeven, dan blijkt dat, hoewel alle locaties hoge cijfers krijgen, de Geessinkweg op alle criteria hoger scoort dan gemiddeld. Dit verschil in score is echter niet significant en behoeft daarom geen nadere analyse. Over het algemeen scoort elke locatie hoog op elk criterium (zie tabel 4.11).

Tabel 4.11

Rapportcijfer per criterium en locatie door alle respondenten

Locatie	Criteria						
	Sfeer op school	Kwaliteit onderwijs	Moderne middelen	Leraren	Persoonlijke aandacht	Schoolgebouw	Communicatiemiddelen
BS	7.9	8.1	7.9	7.8	8.0	7.7	8.4
GW	7.9	8.1	8.5	7.9	7.9	8.4	8.0
VdW	7.5	7.8	7.8	7.5	7.5	7.5	7.9
WB	7.4	7.8	8.0	7.8	7.9	7.7	7.6
Totaal	7.6	7.9	8.1	7.7	7.7	7.7	7.9

Niet alleen is gekeken naar de rapportcijfers die zijn gegeven door alle leerlingen die hebben meegewerkt aan het onderzoek, maar ook werden de cijfers van de leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan, vergeleken met de cijfers van de leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan. Daarbij werd geen onderscheid gemaakt tussen de locaties, aangezien het kleine aantal leerlingen dat naar Het Stedelijk Lyceum gaat, dan verdeeld moet worden over een te groot aantal groepen. Deze cijfers staan in tabel 4.12.

Uit deze cijfers is af te lezen dat de leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan op elk onderdeel een hoger cijfer geven aan het Bonhoeffer College, dan de leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan. Toch zit er alleen een significant verschil in het cijfer dat voor de leraren op school werd gegeven ($F = 6.415$, $p = 0.01$).

Tabel 4.12

Gemiddelde rapportcijfers gegeven door aankomend Bonhoeffer en Stedelijk leerlingen

Criterium	Gemiddeld cijfer		
	Alle leerlingen	Aankomend Bonhoeffer leerlingen	Aankomend Stedelijk leerlingen
Sfeer op school	7.7	7.9	6.9
Kwaliteit van het onderwijs	8.1	8.2	7.5
Moderne middelen	8.3	8.4	7.7
Leraren	7.8	7.9*	7.4
Persoonlijke aandacht	7.9	8.0	7.2
Schoolgebouw	8.0	8.1	7.5
Communicatiemiddelen	8.1	8.2	7.4

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Hierna wordt gekeken naar de oordelen die per criterium zijn gegeven op de 5-puntsschaal. Daarbij is het interessant om te kijken op welke criteria de aankomend Stedelijk leerlingen een significant lagere score toekennen, dan de aankomend Bonhoeffer leerlingen. Op die manier kan het Bonhoeffer College achterhalen over welke punten leden uit de doelgroep ontevreden zijn.

Score per criterium voor het Bonhoeffer College

Per criterium worden de resultaten voor het Bonhoeffer College bekeken. Allereerst wordt in tabel 4.13 de gemiddelde totaalscore per criterium weergegeven, evenals de standaardafwijking. Daarna wordt de gemiddelde score van zowel de leerlingen als de ouders gepresenteerd. Daarbij wordt bekeken of er criteria zijn waarbij de score die door de leerlingen is toegekend, significant afwijkt van de score die door de ouders is toegekend.

Algemeen gezien scoort het Bonhoeffer College erg hoog op de verschillende criteria. Dat blijkt ook uit tabel 4.13. Steeds moet daarbij in het achterhoofd worden gehouden dat de vragenlijst voornamelijk is ingevuld door leerlingen die ook voor het Bonhoeffer College gekozen hebben. Ouders die de vragenlijst hebben teruggestuurd, zijn vooral ouders van groep 8-leerlingen die daadwerkelijk naar het Bonhoeffer College gaan.

Tussen de leerlingen en de ouders werden geen significante verschillen gevonden betreffende de score van het Bonhoeffer College. Hiernaar werd gekeken, omdat duidelijke verschillen tussen leerlingen en ouders mogelijk een aanleiding zijn voor het segmenteren van doelgroepen, waarop in de communicatie kan worden ingespeeld. Wel kan nu worden bekeken of het Bonhoeffer College een hoge score behaalt, op de criteria die door respondenten het meest belangrijk worden gevonden.

Leerlingen gaven aan dat zij het vooral belangrijk vinden dat er moderne middelen op school aanwezig zijn voor het leren. Ook bepaalt het schoolgebouw in belangrijke mate het oordeel over de school. Voor de moderne middelen op school wordt een hoge score toegekend (3.71), echter niet de hoogste. Daar staat tegenover dat de score voor het schoolgebouw, de laagst behaalde score is, hoewel deze score 'an sich' nog niet heel erg laag is. Voor het Bonhoeffer College is het belangrijk om hier in de communicatie meer op in te spelen.

Ouders gaven daarentegen aan de kwaliteit van het onderwijs het meest belangrijk te vinden. Op dit criterium scoort het Bonhoeffer College erg hoog (3.77), meteen na sfeer op school.

Tabel 4.13

Vergelijking van score op verschillende criteria tussen leerlingen en ouders

Criterium	Totaalgemiddelde	SD	Gemiddelde	
			Leerlingen	Ouders
Sfeer	3.81	0.53	3.82	3.80
Kwaliteit	3.81	0.53	3.82	3.77
Moderne middelen	3.70	0.55	3.71	3.65
Leraren	3.57	0.51	3.56	3.58
Persoonlijke aandacht	3.64	0.59	3.70	3.50
Gebouw	3.48	0.66	3.54	3.32

Interessant is het om na te gaan of er verschillen in de beoordeling zitten tussen de leerlingen en ouders die hebben gekozen voor een locatie van het Bonhoeffer College en de leerlingen en ouders die hebben gekozen voor een locatie van Het Stedelijk Lyceum.

Uit tabel 4.14 blijkt dat het Bonhoeffer College op elk criterium een hogere score krijgt toegekend door de leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan, dan door de leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan.

Er is sprake van een significant verschil op het construct 'moderne middelen'. De leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan kennen een significant hogere score toe dan de leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan ($F = 20.128$, $p = 0.00$).

Dit is nu net een van de twee criteria die voor leerlingen een erg belangrijke rol spelen bij het maken van de schoolkeuze. De aankomend Stedelijk leerlingen zijn blijkbaar niet zo overtuigd van de moderne middelen waarover het Bonhoeffer College beschikt, dan de aankomend Bonhoeffer leerlingen.

Tabel 4.14
Vergelijking score op de criteria tussen aankomend Bonhoeffer en Stedelijk leerlingen

Criterium	Gemiddelde score		
	Alle leerlingen	Aankomend Bonhoeffer leerlingen	Aankomend Stedelijk leerlingen
Sfeer op school	3.82	3.91	3.46
Kwaliteit van het onderwijs	3.82	3.89	3.53
Moderne middelen	3.71	3.82*	3.27
Leraren	3.56	3.64	3.22
Persoonlijke aandacht	3.70	3.75	3.44
Schoolgebouw	3.54	3.61	3.20

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Ook werd gekeken of er verschillen in de beoordeling waren te ontdekken tussen de ouders van leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan en ouders van leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan. In tabel 4.15 worden de resultaten afgebeeld.

Uit tabel 4.15 is af te lezen dat ook de ouders van leerlingen die naar het Bonhoeffer College toe gaan op elk onderdeel een hogere score toekennen aan het Bonhoeffer College, dan ouders van leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum toe gaan. Dit verschil is echter alleen significant voor de 'sfeer op school' ($F = 7.931$, $p = 0.01$).

Hoewel de sfeer op school voor ouders niet van doorslaggevend belang is bij het maken van de schoolkeuze, is het toch belangrijk dat ook de ouders van de leerlingen die nu voor Het Stedelijk Lyceum gekozen hebben, een positiever beeld hebben van de sfeer op het Bonhoeffer College. Ook voor de kwaliteit van het onderwijs kennen zij een lagere score toe. Hoewel dit verschil niet significant is, is het wel belangrijk dat ouders een goed beeld hebben van de onderwijskwaliteit van het Bonhoeffer College, aangezien dit een erg belangrijk criterium is onder de doelgroep.

Tabel 4.15
Vergelijking van de score op criteria tussen ouders waarvan het kind naar BC/SL gaat

Criterium	Gemiddelde score		
	Alle ouders	BC ouders	SL ouders
Sfeer op school	3.80	3.91*	3.16
Kwaliteit van het onderwijs	3.77	3.82	3.47
Moderne middelen	3.65	3.71	3.27
Leraren	3.58	3.63	3.21
Persoonlijke aandacht	3.50	3.53	3.09
Schoolgebouw	3.32	3.38	2.92

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Omdat het construct 'het aantal gekleurde Nederlanders op school' niet betrouwbaar genoeg was, is besloten de vragen uit dit construct op itemniveau te bespreken. Dat gedeelte uit de vragenlijst komt nu aan de orde.

Gekleurde Nederlanders

Het extra criterium dat in de vragenlijst voor ouders werd ingebouwd, over het aantal gekleurde Nederlanders op de school, kan niet op het niveau van de overige criteria besproken worden. Toch is uit deze vragen relevante informatie naar voren gekomen. Derhalve worden de vragen uit dit criterium hieronder op itemniveau besproken. De gegevens worden overzichtelijk weergegeven in tabel 4.16.

Op de eerste stelling werd een gemiddelde score van 3.07 gegeven. Die eerste stelling luidt: 'Op het Bonhoeffer College zitten veel gekleurde leerlingen'. De ouders geven aan het hier niet mee eens, maar ook niet mee oneens te zijn. Opvallend is dat vooral de ouders die de Wethouder Beversstraat het beste kennen, wel een antwoord geven in de richting van 'mee eens'. Op die locatie van het Bonhoeffer College zitten dan ook de meeste leerlingen van buitenlandse afkomst.

Op de tweede stelling, 'Op het Bonhoeffer College zitten veel leerlingen van Nederlandse afkomst', werd een gemiddelde score van 3.51 gegeven en dit neigt naar het antwoord 'mee eens'. Nu is goed te zien dat de ouders die de Wethouder Beversstraat het beste kennen, het hier het minst mee eens zijn.

Op de derde stelling 'Op het Bonhoeffer College ontmoet mijn kind verschillende culturen', wordt een gemiddelde van 3.51 gescoord en ook hier neigt het antwoord in de richting 'mee eens'. Overeenkomstig met de antwoorden op de eerste twee stellingen, scoren de ouders die de Wethouder Beversstraat het beste kennen, opnieuw het hoogst.

De vierde stelling luidt: 'Het maakt mij niet uit hoeveel gekleurde kinderen er op de middelbare school zitten'. De gemiddelde score is nu 2.86 en dit neigt meer in de richting 'mee oneens'. Hieruit valt te concluderen dat het ouders wel degelijk iets uitmaakt hoeveel gekleurde leerlingen er op de middelbare school zitten. Het zijn de ouders die de Wethouder Beversstraat het best kennen, die dit het minst belangrijk vinden.

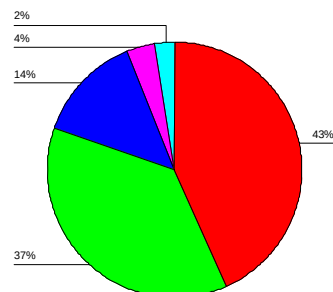
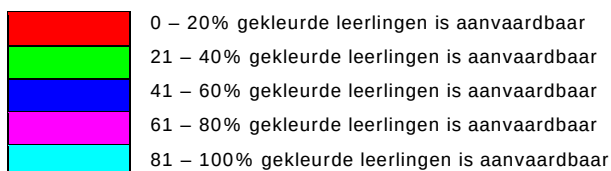
Mogelijk is dit te verklaren, doordat hun kind zich al heeft aangemeld bij de Wethouder Beversstraat. In dat geval 'hoort' het de ouders niet meer uit te maken hoeveel leerlingen van buitenlandse afkomst er naar die school toe gaan. De Wethouder Beversstraat wordt dan waarschijnlijk de beste school voor hun kind bevonden en een groot aantal buitenlandse leerlingen hoort daar dan ook bij. Een T-toets is uitgevoerd om na te gaan of er een verschil zit tussen de ouders die de Wethouder Beversstraat het beste kennen en de ouders die een van de overige locaties het beste kennen. Hieruit bleek dat er zich geen significante verschillen voordoen tussen de ouders.

Tabel 4.16

Mening over gekleurde leerlingen op het Bonhoeffer College door ouders

Locatie	Stelling 1		Stelling 2		Stelling 3		Stelling 4	
	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD
BS	2.76	0.54	3.76	0.54	3.48	0.60	2.90	1.04
GW	3.21	0.58	3.36	0.50	3.36	0.74	2.93	1.07
VdW	2.67	0.70	3.67	0.48	3.50	0.51	2.71	0.86
WB	3.72	0.67	3.22	0.55	3.78	0.55	3.06	1.06
Totaal	3.07	0.77	3.51	0.57	3.53	0.59	2.86	1.00

Op de geschaalde vraag naar het aantal gekleurde leerlingen dat ouders aanvaardbaar vinden op de middelbare school, werd een gemiddeld antwoord van 1.85 gegeven. Op de 5-puntsschaal betekent dit, dat de ouders met hun antwoord tussen het eerste en het tweede blok in zitten, neigend naar het tweede blok. Daarmee wordt bedoeld dat een percentage gekleurde leerlingen van ongeveer 20 tot 30% op de school, voor ouders aanvaardbaar is.



Figuur 4.1: Aantal gekleurde leerlingen op school dat voor ouders aanvaardbaar is

4.3.3 Mening van anderen

Het is aan de leerling om een keuze voor een bepaalde middelbare school te maken. Echter, dat wil niet zeggen dat de leerling het daadwerkelijk helemaal alleen doet. Het kan zijn dat hij zich laat leiden door invloeden van anderen. Ook voor ouders kan het belangrijk zijn om te weten wat mensen uit de directe omgeving denken van een bepaalde middelbare school die nog tot de opties behoort.

Daartoe werd in het derde deel van de vragenlijst aan de leerling gevraagd hoe belangrijk hij denkt dat sfeer op school, kwaliteit van het onderwijs etc. voor zijn ouders en voor zijn vrienden/vriendinnen is. Daarna werd aan de leerling gevraagd om aan te geven hoe belangrijk de mening van zijn vrienden/vriendinnen en zijn ouders is. Ook werd de leerling gevraagd hoe belangrijk de mening van zijn groep 8-leraar en zijn eventuele broer of zus is bij het maken van de keuze voor de middelbare school.

Voor ouders werden eveneens aparte groepen onderscheiden. Aan hen werd gevraagd hoe belangrijk zij denken dat sfeer op school, kwaliteit van het onderwijs etc. voor hun kind, voor hun familie en vrienden, voor ouders van andere groep 8-leerlingen en voor een ouder kind van hen is. Ook aan hen werd gevraagd hoe belangrijk de mening van deze relevante anderen voor hen is. Daaruit bleek het volgende.

Invloed op de leerling

Algemeen gezien denkt de leerling dat de verschillende onderdelen waarop hij het Bonhoeffer College zelf beoordeeld heeft, ook belangrijk zijn voor zijn ouders en zijn vrienden/vriendinnen. Dat blijkt uit de volgende gemiddelde cijfers (tabel 4.17).

Tabel 4.17

Mening van anderen over het Bonhoeffer College, volgens de leerling

Criterium	Ouders		Vrienden/vriendinnen	
	Gemiddelde	SD	Gemiddelde	SD
Sfeer op school	3.98	0.80	3.96	0.83
Kwaliteit van het onderwijs	4.34	0.68	3.86	0.82
Moderne middelen	3.75	0.87	3.82	0.86
Leraren	3.89	0.79	3.92	0.84
Persoonlijke aandacht	3.97	0.84	3.88	0.86
Schoolgebouw	3.11	1.01	3.45	0.95
Communicatiemiddelen	3.31	1.00	3.14	1.05

Wordt nu gevraagd hoe belangrijk de mening van ouders en vrienden/vriendinnen voor de leerling is, dan blijkt dat de mening van vrienden/vriendinnen voor de leerling neutraal tot niet zo belangrijk is.

Ook al denkt de groep 8-leerling dat zijn vrienden/vriendinnen vinden dat de sfeer, kwaliteit, moderne middelen, leraren, persoonlijke aandacht, het gebouw en de communicatiemiddelen goed moeten zijn, voor de leerling zelf is het niet zo belangrijk wat zijn vrienden/vriendinnen denken. Dat blijkt uit tabel 4.18. Ook aan het oordeel van zijn broer of zus hecht de groep 8-leerling niet veel waarde. Daarentegen is de mening van zijn ouders wel belangrijk voor de leerling, evenals de mening van de groep 8-leraar. Na het uitvoeren van de opdracht One-Way ANOVA bleek dat de mening van zijn ouders voor de groep 8-leerling significant belangrijker is, dan de mening van anderen uit zijn omgeving ($F = 9.249$, $p = 0.05$).

Tabel 4.18

Mate van belangrijkheid van de mening van anderen voor de leerling

	Gemiddelde	SD
Vrienden/vriendinnen	2.92	1.28
Ouders	3.85*	0.97
Broer/zus	3.30	1.12
Leraar van groep 8	3.53	1.06

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Invloed op de ouders

Ouders denken dat de verschillende onderdelen waarop zij het Bonhoeffer College zelf beoordeeld hebben, ook belangrijk zijn voor de relevante anderen uit hun omgeving. Dat blijkt uit tabel 4.19.

Tabel 4.19

Mening van anderen over het Bonhoeffer College, volgens de ouders

Criterium	Kind in groep 8		Familie/ vrienden		Andere ouders		Kind op VO school	
	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD
Sfeer op school	4.34	0.66	3.66	0.78	3.89	0.73	4.33	0.74
Kwaliteit van het onderwijs	4.47	0.67	3.83	0.81	4.00	0.78	4.15	0.80
Moderne middelen	4.17	0.63	3.64	0.73	3.85	0.72	4.08	0.74
Leraren	4.27	0.67	3.63	0.79	3.81	0.75	4.26	0.75
Persoonlijke aandacht	4.31	0.70	3.81	0.83	3.91	0.77	4.05	0.83
Schoolgebouw	3.40	0.88	3.26	0.72	3.46	0.78	3.46	0.76
Communicatiemiddelen	3.35	0.84	3.24	0.73	3.47	0.78	3.41	0.94

Vervolgens werd ook aan de ouders gevraagd hoe belangrijk de mening van die relevante anderen voor hen is (zie tabel 4.20). Daaruit bleek dat ouders de mening van hun kind uit groep acht veruit de meest belangrijke mening vinden, bij het maken van de keuze voor de middelbare school. Ook de mening van hun kind dat al naar het voortgezet onderwijs gaat, is belangrijk voor hen (van de 81 ouders die meededen, konden 39 ouders deze vraag beantwoorden), in dezelfde mate als de mening van de leraar. Aan de mening van familie/vrienden of ouders van andere groep 8-leerlingen wordt niet veel waarde gehecht.

Na het uitvoeren van de opdracht One-Way ANOVA bleek dat de mening van de groep 8-leerling significant belangrijker wordt gevonden, dan de mening van andere groepen uit de omgeving van ouders ($F = 3.268$, $p = 0.01$).

Tabel 4.20

Mate van belangrijkheid van de mening van anderen voor ouders

	Gemiddelde	SD
Kind in groep 8	4.49*	0.63
Familie/vrienden	2.56	1.01
Ouders van andere groep 8-leerlingen	2.56	1.02
Kind op VO school	3.43	0.94
Leraar van groep 8	3.43	1.06

Noot. * = significant bij $p < 0.05$.

Jammer is, dat niet aan groep 8-leerlingen en ouders gevraagd is, wie nu uiteindelijk de keuze voor een bepaalde middelbare school maakt. Wel blijkt uit deze gegevens dat het met de sociale invloed nog wel meevalt. De leerling is alleen gevoelig voor de mening van zijn ouders, terwijl ouders juist alleen gevoelig zijn voor de mening van hun kind dat in groep acht zit.

4.3.4 Rol van de communicatiemiddelen

Aan leerlingen en ouders is vervolgens gevraagd, betreffend een groot aantal communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, of zij deze communicatiemiddelen kennen en in hoeverre zij van een bepaald middel gebruik hebben gemaakt.

Daarbij wordt de Open Huis Dag gezien als een apart middel. Dan zijn er nog de wervingsactiviteiten, waaronder het spotje in de bibliotheek, de advertenties in verschillende bladen, de sponsoring van voetbalclubs en het CD-opbergdoosje vallen. Tot slot zijn er de voorlichtingsmiddelen en daaronder vallen de website, de Open Huis Krant, de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school', de locatie-informatiegids, de schoolgids en de SOVO-brochure.

Open Huis Dagen

Op vijf locaties van het Bonhoeffer College is in het afgelopen schooljaar een Open Huis gehouden. Op 25 januari werd een Open Huis gehouden op de Wethouder Beversstraat, op 1 februari op de Geessinkweg, op 8 februari op de Van der Waalslaan, op 9 februari op de Bruggertstraat en op 22 maart op de Kuipersdijk. Op de locaties Lijsterstraat en Mekkelholtspad worden geen Open Huis Dagen georganiseerd, daar komen ouders met hun kind vaak op afspraak om de locatie te bekijken. Het gaat hier om leerlingen die wat extra zorg nodig hebben en een persoonlijk gesprek is dan wat meer op zijn plaats. De locatie Kuipersdijk richt zich alleen op de instroom van derdejaarsleerlingen. De Kuipersdijk heeft in dit opzicht een iets andere positie in het wervingstraject en daarom wordt de Open Huis Dag van deze locatie niet verder besproken.

De Open Huis Dagen worden voor leerlingen en ouders apart besproken.

Leerlingen

Allereerst werd aan alle leerlingen gevraagd of zij naar een Open Huis van een van de locaties waren geweest. Daaruit bleek dat 196 van de 248 leerlingen tenminste één Open Huis Dag hebben bezocht (79%). Aan de leerlingen is vervolgens gevraagd van welke locatie zij een Open Huis bezocht hebben en hoe belangrijk zij deze Open Huis Dag vonden. Daaruit bleek dat de locaties Bruggertstraat, Geessinkweg, Van der Waalslaan en Wethouder Beversstraat goed bezocht zijn tijdens de Open Huis Dagen. Ook is uit tabel 4.21 af te lezen dat respondenten de Open Huis Dag erg belangrijk vinden.

Tabel 4.21
Open Huis Dag bezoek per locatie door de leerlingen

Locatie	Aantal leerlingen	Mate van belangrĳkheid	
		Gemiddelde	SD
Bruggertstraat	67	3.79	1.08
Geessinkweg	55	3.87	1.11
Van der Waalslaan	42	3.67	1.14
Wethouder Beversstraat	32	4.00	0.92
Totaal	196	3.80	1.07

Daarna werden zij gevraagd om op een 5-puntsschaal aan te geven of zij de Open Huis Dag leuk, sfeervol, saai en nuttig vonden.

Zoals uit tabel 4.22 valt af te lezen, scoort de Wethouder Beversstraat op alle onderdelen hoger dan gemiddeld. De leerlingen vinden deze Open Huis Dag het leukst, het meest sfeervol, het minst saai en het meest nuttig. De Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat is met de overige locaties vergeleken en hiertussen bleken zich significante verschillen voor te doen (zie daarvoor de noot onder tabel 4.22). De andere locaties zijn ook met elkaar vergeleken, maar nu werden geen verschillen ontdekt.

Wordt nu nogmaals gekeken naar de gegevens uit tabel 4.21, dan blijkt dat de leerlingen die een bezoek aan de Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat hebben gebracht, dit bezoek 'an sich' belangrijker vonden, dan de leerlingen die een bezoek brachten aan een van de drie andere locaties. Hoewel deze verschillen niet significant zijn, kan het wel zo zijn dat de leerlingen die de Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat bezocht hebben, deze sowieso al belangrijker vonden en daarom ook hogere scores toekenden.

Tabel 4.22
Beoordeling alle leerlingen Open Huis Dag

Locatie	Niet leuk - Leuk		Niet sfeervol - sfeervol		Saai – niet saai		Niet nuttig - nuttig	
	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD
Bruggertstraat	4.33*	0.96	4.15	1.08	4.10	1.20	4.21*	1.05
Geessinkweg	4.33*	0.88	4.13	1.04	4.16*	1.13	4.38*	0.87
Van der Waalslaan	4.38*	0.66	4.19	0.86	4.33	0.90	4.50	0.67
Wethouder Beversstraat	4.75	0.51	4.47	0.94	4.63	0.79	4.59	0.61
Totaal	4.41	0.83	4.21	1.00	4.26	1.07	4.39	0.87

Noot. Open Huis Wethouder Beversstraat is significant leuker ($F = 11.578$, $p = 0.03$) en nuttiger ($F = 6.036$, $p = 0.02$) dan Open Huis Bruggertstraat. Open Huis Wethouder Beversstraat is ook significant leuker ($F = 12.984$, $p = 0.01$) en nuttiger ($F = 3.93$, $p = 0.05$) dan Open Huis Geessinkweg. Tevens wordt deze Open Huis Dag minder saai gevonden ($F = 4.86$, $p = 0.03$). Open Huis Wethouder Beversstraat is eveneens leuker dan Open Huis Van der Waalslaan ($F = 8.058$, $p = 0.01$). Andere locaties zijn ook onderling met elkaar vergeleken, maar hier zijn geen significante verschillen ontdekt.

Omdat elk onderdeel van de Open Huis Dag een hoge score krijgt toegekend, is het moeilijk om te achterhalen hoe de Open Huis Dag eventueel verbeterd zou kunnen worden. Wel is een vergelijking gemaakt tussen leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan en leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan. Dan blijkt dat leerlingen

die naar Het Stedelijk Lyceum gaan, de Open Huis Dag van alle locaties van het Bonhoeffer College, een stuk saaier hebben gevonden dan de leerlingen die wel naar het Bonhoeffer College gaan. Dat blijkt uit onderstaande tabel 4.23. Echter, directe conclusies hoeven hieruit niet te worden getrokken. Leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan, zouden het Bonhoeffer College ook lager beoordeeld kunnen hebben, om voor zichzelf kunnen verantwoorden dat Het Stedelijk Lyceum de juiste keuze is.

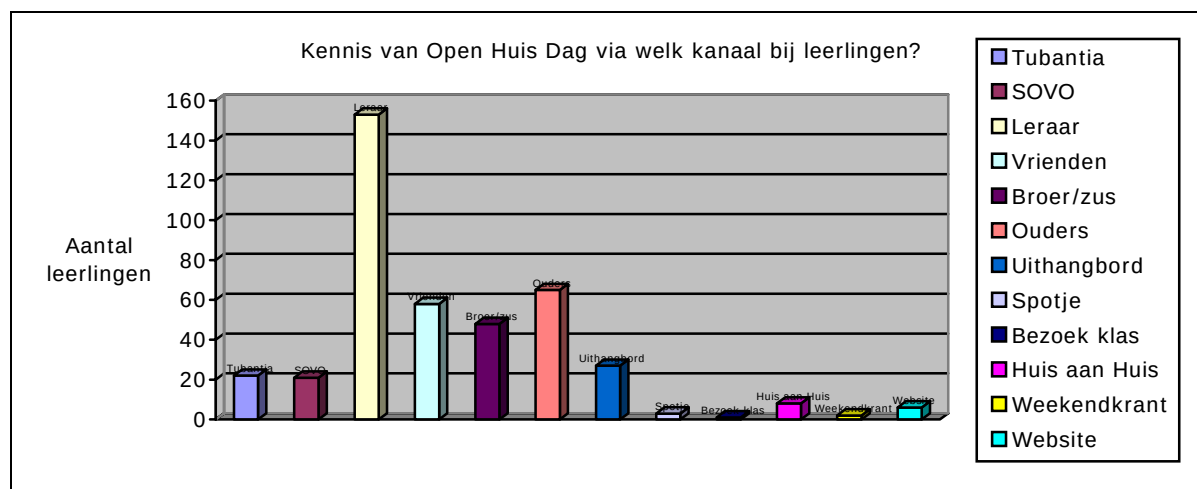
Tabel 4.23

Beoordeling aankomend Stedelijk Lyceum leerlingen Open Huis Dag

Locatie	Niet leuk - Leuk		Niet sfeervol - sfeervol		Saaï – niet saaï		Niet nuttig - nuttig	
	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD
Bruggertstraat	3.42	1.81	3.14	1.86	2.57*	1.61	3.42	1.81
Geessinkweg	3.40	0.55	3.60	0.55	2.80*	1.30	3.80	0.45
Van der Waalslaan	4.18	0.75	3.73	1.10	3.64*	1.03	4.10	0.70
Wethouder Beversstraat	4.00	1.53	2.86	1.67	2.71*	1.89	3.29	1.70
Totaal	3.75	1.16	3.33	1.30	2.93	1.46	3.65	1.17

Noot. Aankomend Stedelijk Lyceum leerlingen vinden de Open Huis Dagen van alle locaties saaier dan de aankomend Bonhoeffer College leerlingen. Bruggertstraat ($F = 6.510$, $p = 0.01$), Geessinkweg ($F = 6.654$, $p = 0.01$), Van der Waalslaan ($F = 7.424$, $p = 0.01$) en Wethouder Beversstraat ($F = 13.142$, $p = 0.00$).

Aansluitend is aan leerlingen gevraagd hoe zij op de hoogte zijn gekomen van de Open Huis Dagen. Allerlei verschillende opties waren mogelijk en de leerlingen konden meerdere antwoorden aankruisen. In figuur 4.2 wordt weergegeven via welk kanaal de leerlingen op de hoogte zijn gekomen van de Open Huis Dagen.



Figuur 4.2: Kenniss van Open Huis Dag bij leerlingen

Uit figuur 4.2 is af te leiden dat de meeste leerlingen via hun leerkracht van groep 8 op de hoogte werden gesteld van de Open Huis Dagen. Ook weten veel leerlingen hiervan middels hun vrienden, hun broer of zus en hun ouders.

Tot slot is aan leerlingen gevraagd of zij hun keuze voor een bepaalde middelbare school voor of na de Open Huis Dag hebben gemaakt. Van de 196 leerlingen die een Open Huis Dag bezocht hebben, gaven er 57 aan dat de keuze voor die tijd al gemaakt was. Echter, een ruime meerderheid van 116 leerlingen (58.6%) gaf aan de keuze voor de middelbare school pas te maken nadat de Open Huis Dagen zijn bezocht. Er zijn 23 leerlingen die aangeven dit niet meer te weten.

Ouders

Van de 81 ouders die hebben meegewerkt aan het hoofdonderzoek, hebben er 68 tenminste één Open Huis Dag bezocht (84%). Ook aan de ouders is gevraagd van welke locatie zij de Open Huis Dag hebben bezocht en hoe belangrijk zij dit vonden. Daaruit bleek het volgende (zie tabel 4.24):

Tabel 4.24

Open Huis Dag bezoek per locatie door de ouders

Locatie	Aantal ouders	Mate van belangrijkheid	
		Gemiddelde	SD
Bruggertstraat	18	3.40	1.14
Geessinkweg	16	4.18	0.60
Van der Waalslaan	17	4.15	0.59
Wethouder Beversstraat	17	4.31	0.49
Totaal	68	3.94	0.88

Hierna werden ook de ouders gevraagd om op een 5-puntsschaal aan te geven of zij de Open Huis Dag leuk, sfeervol, saai en nuttig vonden. Nu wordt duidelijk dat de mening van ouders afwijkt van de mening van de leerlingen.

De Open Huis Dag van de Geessinkweg wordt op drie van de vier criteria het meest positief beoordeeld. Ook de Open Huis Dag van de Van der Waalslaan scoort erg hoog onder de ouders. De Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat wordt door de ouders minder positief beoordeeld dan door de leerlingen. Wordt de Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat nu opnieuw vergeleken met de overige drie locaties, dan blijkt dat de Wethouder Beversstraat op een aantal onderdelen zelfs de laagste score behaalt. Opnieuw zijn alle locaties onderling met elkaar vergeleken. In de noot behorende bij tabel 4.25 staat aangegeven in welke opzichten de Open Huis Dagen van elkaar verschillen.

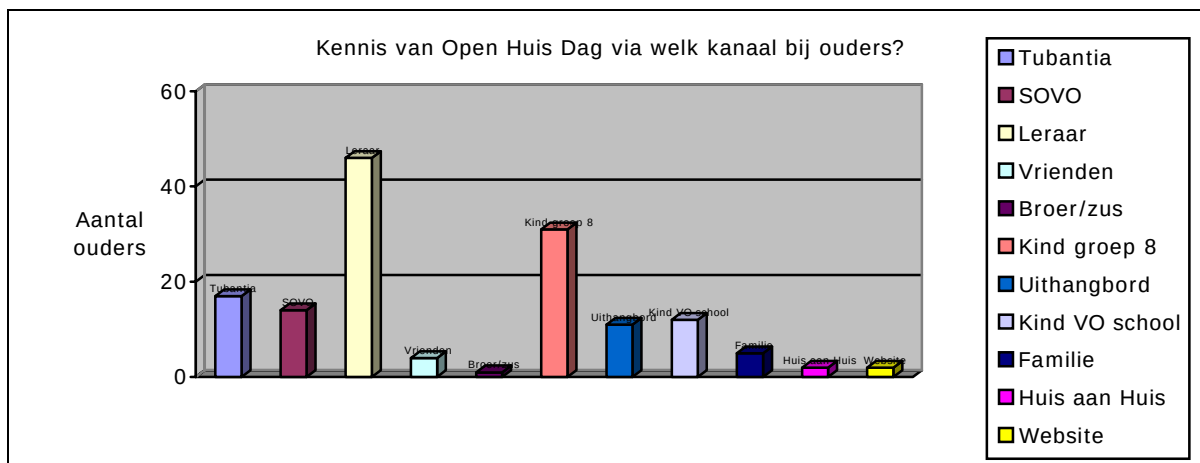
Tabel 4.25

Beoordeling ouders Open Huis Dag

Locatie	Niet leuk - Leuk		Niet sfeervol - sfeervol		Saai – niet saai		Niet nuttig - nuttig	
	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD	Gem.	SD
Bruggertstraat	3.85*	1.18	3.85	1.04	4.00*	1.17	4.35	0.75
Geessinkweg	4.81	0.40	4.64	0.67	4.82	0.40	4.82	0.40
Van der Waalslaan	4.70	0.47	4.70*	0.57	4.60*	0.94	4.60	0.94
Wethouder Beversstraat	4.63	0.62	3.75*	1.53	4.31*	1.14	4.44*	0.89
Totaal	4.44	0.85	4.21	1.09	4.38	1.02	4.51	0.80

Noot. De Open Huis Dag van de Geessinkweg wordt leuker ($F = 12.455$, $p = 0.001$) en minder saai ($F = 8.829$, $p = 0.01$) gevonden dan de Bruggertstraat. Ook in vergelijking met de Van der Waalslaan wordt de Open Huis Dag van de Geessinkweg minder saai gevonden ($F = 5.129$, $p = 0.03$). De Geessinkweg scoort meer sfeervol ($F = 4.169$, $p = 0.05$), minder saai ($F = 6.270$, $p = 0.01$) en nuttiger ($F = 4.909$, $p = 0.03$) dan die van de Wethouder Beversstraat. Wel wordt de Open Huis Dag van de Wethouder Beversstraat leuker gevonden dan de Bruggertstraat ($F = 6.074$, $p = 0.01$). Ouders vonden de Open Huis Dag van de Van der Waalslaan meer sfeervol dan de Wethouder Beversstraat ($F = 4.222$, $p = 0.04$).

Aan de ouders werd ook gevraagd hoe zij op de hoogte zijn gekomen van de Open Huis Dagen. Daaruit bleek het volgende (zie figuur 4.3).



Figuur 4.3: Kennis van open Huis Dag bij ouders

Ook de meeste ouders worden via de leerkracht van groep acht op de hoogte gebracht van de Open Huis Dagen. Op de tweede plek staat hun kind uit groep acht die het hen vertelt, gevolgd door de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia.

Ook werd aan de ouders de slotvraag gesteld of zij de keuze voor de middelbare school voor of na het bezoek aan de Open Huis Dagen hadden gemaakt. Een kwart van de 68 ouders (24.6%) geeft aan de keuze al voor die tijd te maken. Echter, een ruime meerderheid van 55.6% van de ouders maakt de keuze pas nadat de Open Huis Dagen zijn bezocht. Een kleine groep ouders van 3.7% weet het niet meer.

Wervingsactiviteiten

Het Bonhoeffer College zet vier middelen in voor de rechtstreekse werving van leerlingen. De middelen die hieronder vallen zijn het spotje in de bibliotheek van Enschede, de advertenties in verschillende bladen, de sponsoring van voetbalclubs en het CD-opbergdoozje.

In de bibliotheek van Enschede wordt gedurende het hele schooljaar een spotje van het Bonhoeffer College vertoond op een computerscherm en vlak voor en tijdens de Open Huis Dagen, gedurende de maanden december, januari en februari wordt daarbij extra aandacht geschonken aan de Open Huis Dagen. Het is een kort filmpje van enkele seconden, waarbij in het kort iets wordt verteld over het Bonhoeffer College en waarin de Open Huis Dagen worden aangekondigd.

Het Bonhoeffer College heeft in het afgelopen schooljaar voor het eerst geld uitgegeven aan een fullcolour advertentie in De Twentsche Courant Tubantia. Deze advertentie is twee keer geplaatst in januari. In de advertentie werden de Open Huis data van de verschillende locaties aangekondigd. Ook heeft het Bonhoeffer College twee keer geadverteerd in de Huis-aan-Huis krant van Enschede, steeds in de week voorafgaand aan het Open Huis. Door een fout bij de redactie van de Huis-aan-Huis krant, is één van deze keren de advertentie in de Huis-aan-Huis krant van Neede terecht gekomen. Daartoe is besloten de advertentie van het Bonhoeffer College ter compensatie in de Weekendkrant te plaatsen. Hiernaast adverteert het Bonhoeffer College een keer per jaar in het kerkblad 'Samenspraak'. Dat gebeurt in de decemberuitgave. Ook in de SOVO-brochure, die wordt uitgegeven door de gemeente Enschede in samenwerking met de middelbare scholen, staat informatie over het Open Huis. Deze brochure is echter meer bedoeld om een objectief oordeel te geven over de vier verschillende middelbare scholen in Enschede.

Daarnaast sponsort het Bonhoeffer College een aantal voetbalclubs in Enschede. Het gaat om clubs met een interconfessionele identiteit en dit past bij de identiteit van het Bonhoeffer College. De clubs die gesponsord worden zijn Vogido, Sparta, Victoria en

Vosta. Bij de ene club wordt aan shirtsporing gedaan en bij de andere club staat een reclamebord langs het veld.

Bij het bezoek van het Bonhoeffer College aan de basisschool, ontvangen de leerlingen naast het boekje 'Jouw nieuwe school' ook een presentje. Afgelopen schooljaar was dat een CD-opbergdoosje. Het is een zilverkleurig doosje waar vier CD's in passen. Voorop staat het logo van het Bonhoeffer College en binnenin zat een aankondiging van de Open Huis data. De vragen over dit communicatiemiddel zijn alleen aan de leerlingen gesteld. Voor de ouders is dit middel immers niet relevant.

Van deze vier middelen, wordt in onderstaande tabel 4.26 gepresenteerd in hoeverre deze middelen bekend zijn onder de doelgroep, uitgesplitst naar leerlingen en ouders.

Tabel 4.26

Bekendheid van de wervingsactiviteiten onder leerlingen en ouders

Middel	Percentage leerlingen en ouders dat het middel kent	
	Leerlingen	Ouders
Spotje in bibliotheek	7 %	3 %
Advertentie	31 %	60 %
Tubantia	19%	49%
Huis aan Huis	2%	6%
Weekendkrant	8%	4%
'Samenspraak'	1%	1%
SOVO-brochure	1%	0%
Sponsoring	10 %	6 %
Sparta	4%	4%
Vogido	3%	1%
Victoria	2%	1%
Vosta	1%	0%
CD-opbergdoosje	92 %	Niet aan ouders gevraagd

Het spotje wordt uitgezonden in de periode rond de Open Huis Dagen en is bedoeld om leerlingen en ouders hiervan op de hoogte te brengen. Het spotje is echter nauwelijks bekend onder de respondenten en schiet daarmee zijn doel voorbij.

Ook zijn er niet veel leerlingen die wel eens een advertentie van het Bonhoeffer College hebben gezien, in tegenstelling tot de ouders. 60% Van de ouders heeft wel eens een advertentie gezien en van die ouders zag 80% de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia. Dit is een opvallend hoog cijfer, vooral omdat dit het eerste jaar is dat het Bonhoeffer College zich hieraan heeft gewaagd. Wordt nu gekeken naar de kennis van de Open Huis Dagen, dan blijkt dat na de leraar en het kind uit groep acht, de advertentie in de Tubantia de nummer drie is in de lijst van kennisname van de Open Huis Dag. De advertenties in de overige media worden nauwelijks opgemerkt en weinig ouders komen via deze advertenties op de hoogte van de Open Huis Dagen.

Maar weinig leerlingen en ouders merken op dat het Bonhoeffer College een aantal Enschedese voetbalclubs sponsort, het gaat in totaal om een kleine 9%. Echter, deze sponsoring dient ook niet direct om mensen te overtuigen van het Bonhoeffer College, maar hiermee wordt wel het opbouwen van naamsbekendheid en de identificatie van de school met sport nagestreefd.

Bijna elke leerling kent het CD-opbergdoosje. In het algemeen zijn de reacties op het CD-doosje erg positief. Waar het doosje jaarlijks wordt vervangen door een ander presentje, is het mogelijk een optie om het CD-doosje nog een aantal jaren uit te reiken, daar de reacties overweldigend zijn. De leerlingen zijn niet alleen gevraagd of ze het CD-

doosje kennen, ze zijn ook gevraagd om op een 5-puntsschaal aan te geven hoe ze het doosje waarderen op vier verschillende schalen. Het gaat om de schalen leuk, saai, nuttig en mooi. Tabel 4.27 geeft weer wat respondenten vinden van het CD-doosje.

Tabel 4.27

Oordeel van leerlingen over het CD-opbergdoosje

	Gemiddelde	SD
Niet leuk – leuk	3.74	1.33
Saai – niet saai	3.46	1.45
Niet nuttig – nuttig	3.45	1.49
Niet mooi - mooi	3.51	1.37
Totaal		

De score voor het CD-opbergdoosje is erg positief. Een gemiddelde score van '3' zou betekenen dat de score precies in het midden ligt, maar op elk punt scoort het doosje naar de positieve kant.

Voorlichtingsmiddelen

Over het Bonhoeffer College zijn zeven verschillende voorlichtingsmiddelen in omloop. Elk communicatiemiddel wordt hieronder eerst kort besproken. Daarna wordt van leerlingen en ouders apart bekeken of het middel bekend is en in welke mate van een middel gebruik is gemaakt bij het kiezen tussen de scholen.

De website van het Bonhoeffer College is een website die voor iedereen toegankelijk is. Echter, de site is niet ingedeeld naar doelgroepen. Iedereen kan allerlei informatie vinden op verschillende plekken.

De Open Huis Krant wordt in december bij iedereen uit Enschede huis aan huis verspreid. De krant geeft algemene informatie over de verschillende locaties van het Bonhoeffer College en de Open Huis data worden hierin aangekondigd.

Locatiefoldertjes zijn kleine en kleurrijke drieslagfoldertjes van het Bonhoeffer College. Deze foldertjes worden uitgereikt tijdens de Open Huis Dagen of worden verstuurd op aanvraag.

Het boekje 'Jouw nieuwe school' wordt jaarlijks uitgereikt aan groep 8-leerlingen in combinatie met het CD-opbergdoosje. Het is een klein vierkant boekje. Ook hierin worden de Open Huis data vermeld en er wordt in het kort iets over het Bonhoeffer College en de overgang van het primair naar het voortgezet onderwijs verteld. In dit kleurrijke boekje staan allerlei verhaaltjes van leerlingen die in het kort iets over de school vertellen. Bij elk verhaaltje staat de leerling zelf op de foto.

De locatie-informatiegids is een gids met uitgebreide informatie over de school. Er bestaan zeven varianten van, voor elke locatie één. Deze gids wordt meegegeven aan leerlingen in het begin van het nieuwe schooljaar. Tevens is deze gids gedurende het hele schooljaar aan te vragen door belangstellenden.

De schoolgids is eveneens een uitgebreide gids met allerlei informatie over de school, nu echter voor de hele scholengemeenschap. Deze gids wordt eenmalig uitgereikt aan nieuwe leerlingen en is verkrijgbaar op aanvraag. De gids is geschreven voor ouders.

De SOVO-brochure is een uitgave van de gemeente Enschede, waarin de vier middelbare scholen in Enschede, liefst bondig en objectief, iets over zichzelf kunnen vertellen. Deze brochure wordt klassikaal aan elke groep 8-leerling verspreid.

Leerlingen

In tabel 4.28 is weergegeven hoeveel leerlingen een bepaald middel kennen en in welke mate zij van het middel gebruik hebben gemaakt. Uit deze cijfers blijkt dat de website het meest bekende middel is onder de leerlingen, gevolgd door de locatiefoldertjes. De

Open Huis Krant is nauwelijks bekend onder de leerlingen, evenals de locatie-informatiegids. Hoewel bijna alle leerlingen het CD-doosje kennen, kent slechts een kleine 40% van de leerlingen het boekje 'Jouw nieuwe school'.

In het algemeen wordt niet veel gebruik gemaakt van de communicatiemiddelen bij het kiezen tussen de middelbare scholen. Ruim 65% van de leerlingen gebruikt de website niet of nauwelijks en hetzelfde geldt voor de Open Huis Krant. Van de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school' en de locatie-informatiegids wordt relatief gezien wat meer gebruik gemaakt.

Tabel 4.28

Kennis en gebruik van de communicatiemiddelen door leerlingen

Middel	Middel bekend?		Leerlingen die het middel kennen in %	Mate van gebruik door leerlingen die het middel kennen in %				
	Ja	Nee		1	2	3	4	5
Website	172	76	69	35	31	23	7	5
Locatiefoldertjes	134	114	54	20	33	37	10	1
Jouw nieuwe school	98	150	40	15	33	33	13	6
Locatie-informatiegids	64	184	26	16	28	30	20	6
Open Huis Krant	44	204	18	36	30	25	9	

Noot. Score 1 = Helemaal niet gebruikt, Score 2 = Nauwelijks gebruikt, Score 3 = Gebruikt, Score 4 = Veel gebruikt en score 5 = Heel veel gebruikt.

Ouders

In het geval van de ouders zijn de locatiefoldertjes het meest bekend, gevolgd door de website (zie tabel 4.29). Opnieuw is de Open Huis Krant het minst bekende middel.

Ook door de ouders wordt in algemene zin niet veel gebruik gemaakt van de communicatiemiddelen. Het meest wordt nog gebruik gemaakt van de locatie-informatiegids, terwijl deze gids in principe alleen in het bezit kan zijn van ouders, waarvan al een kind naar een van de locaties van het Bonhoeffer College toe gaat. Na de locatie-informatiegids wordt het meest gebruik gemaakt van de schoolgids en de locatiefoldertjes.

Tabel 4.29

Kennis en gebruik van de communicatiemiddelen door ouders

Middel	Middel bekend?		Ouders die het middel kennen in %	Mate van gebruik door ouders die het middel kennen in %				
	Ja	Nee		1	2	3	4	5
Locatiefoldertjes	53	28	65	13	36	45	6	
Website	49	32	60	39	31	29	2	
Jouw nieuwe school	47	34	58	26	36	36	2	
Locatie-informatiegids	44	37	54	14	25	59	2	
SOVO-brochure	42	39	52	31	31	33	5	
Schoolgids	34	47	46	21	29	47	3	
Open Huis Krant	28	53	35	29	36	29	7	

Noot. Score 1 = Helemaal niet gebruikt, Score 2 = Nauwelijks gebruikt, Score 3 = Gebruikt, Score 4 = Veel gebruikt en score 5 = Heel veel gebruikt.

In het algemeen kan gesteld worden dat zowel leerlingen als ouders de website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' het beste kennen, zij het in een iets andere volgorde.

Het gebruik van de communicatiemiddelen is laag. Gemiddeld genomen worden de communicatiemiddelen niet door veel personen uit de doelgroep gebruikt. De communicatiemiddelen die het meest gebruikt worden, zijn de locatiefoldertjes en de locatie-informatiegids. Voor leerlingen komt daar het boekje 'Jouw nieuwe school' bij en voor ouders de schoolgids.

Tussen leerlingen en ouders zit, gemiddeld genomen, geen significant verschil in de mate waarin van de communicatiemiddelen gebruik is gemaakt. Uit tabel 4.30 blijkt goed hoe het gebruik van de communicatiemiddelen er op het niveau van de 5-puntsschaal uitziet.

Tabel 4.30

Gemiddeld gebruik van de communicatiemiddelen, door leerlingen en ouders

Middel	Overall score	Leerlingen	Ouders
Website	2.11	2.16	1.96
Open Huis Krant	2.10	2.09	2.14
Locatiefoldertjes	2.40	2.38	2.43
Jouw nieuwe school	2.47	2.62	2.15
Locatie-informatiegids	2.64	2.73	2.50
Schoolgids	2.32		2.32
SOVO-brochure	2.12		2.12

Hoewel er zowel voor de leerlingen als de ouders verschillen zijn geconstateerd, voor wat betreft de attitude ten opzichte van het Bonhoeffer College, tussen de groep die de communicatiemiddelen niet kent en gebruikt en de groep die dit wel doet, hoeft hieruit niet direct een causaal verband te spreken voor wat betreft de attitude ten opzichte van het Bonhoeffer College.

De leerlingen die de website kennen, hebben een significant positiever beeld van de moderne communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, dan de leerlingen die de website niet kennen ($F = 7.836$, $p = 0.01$). Ook de leerlingen die de Open Huis Krant hebben gebruikt, hebben een significant positiever beeld van de moderne middelen ($F = 4.627$, $p = 0.04$) en de leraren ($F = 5.627$, $p = 0.02$), dan de leerlingen die de Open Huis Krant niet hebben gebruikt. De leerlingen die de locatiefoldertjes kennen, hebben eveneens een significant positiever beeld van de moderne communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, dan de leerlingen die deze foldertjes niet kennen ($F = 4.562$, $p = 0.03$). Tenslotte, de leerlingen die de locatie-informatiegids hebben gebruikt, hebben ook een significant positiever beeld van de kwaliteit van het onderwijs op het Bonhoeffer College, dan de leerlingen die deze gids niet hebben gebruikt ($F = 3.679$, $p = 0.06$).

De ouders die de website hebben gebruikt, hebben een significant positiever beeld van de sfeer ($F = 5.226$, $p = 0.02$), de onderwijskwaliteit ($F = 4.479$, $p = 0.04$), de moderne middelen ($F = 7.575$, $p = 0.01$) en de leraren van het Bonhoeffer College ($F = 6.906$, $p = 0.01$), dan de ouders die de website niet hebben gebruikt. Ook de ouders die de locatie-informatiegids kennen, hebben een significant positiever beeld van de sfeer op het Bonhoeffer College, in vergelijking met de ouders die de locatie-informatiegids niet hebben gebruikt ($F = 3.834$, $p = 0.05$). Tot slot hebben eveneens de ouders die de SOVO-gids kennen, een significant positiever beeld van de persoonlijke aandacht die de leerling krijgt op het Bonhoeffer College, dan ouders die de SOVO-gids niet kennen ($F = 5.352$, $p = 0.02$).

Echter, er kan in dit geval ook teruggedeneerd worden. Daarmee wordt bedoeld dat leerlingen en ouders die toch al positief denken over het Bonhoeffer College, ook eerder geneigd en bereid zijn om de communicatiemiddelen van de school te raadplegen.

Het kan zijn dat de al bestaande positieve attitude ten opzichte van de school bevestigd wordt in de communicatiemiddelen, maar niet direct tot stand is gekomen dóór het lezen en gebruiken van de communicatiemiddelen.

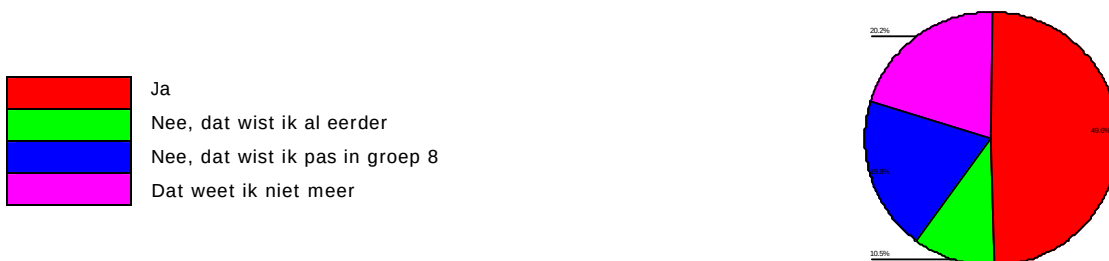
4.3.5 Moment waarop de schoolkeuze gemaakt wordt

Het vijfde en laatste onderdeel van de vragenlijst gaat over de periode waarin de schoolkeuze wordt gemaakt. De leerlingen en ouders kregen in dit gedeelte zes meerkeuzevragen voorgelegd. Ook nu wordt bij het weergeven van de resultaten een onderscheid gemaakt in leerlingen en ouders.

Leerlingen

Telkens werd een moment in het schooljaar gekozen en de leerling werd gevraagd aan te geven of hij op dat moment al wist naar welke middelbare school hij wilde.

De eerste vraag is een algemene vraag. Aan de leerlingen werd gevraagd of zij in groep zeven al wisten welke middelbare scholen er zijn in Enschede. Iets minder dan de helft van de respondenten (49.6%) weet in groep zeven al welke middelbare scholen er zijn in Enschede. Nog eens 10.5% procent wist het zelfs al eerder. Van de respondenten geeft 19.8% aan het pas in groep acht te weten en 20.2% van de ondervraagden weet het niet meer. In figuur 4.4 is dit afgebeeld.



Figuur 4.4: Leerling op de hoogte van alle Enschedese middelbare scholen in groep 7?

Vervolgens werd aan de leerlingen gevraagd of zij in groep 7 al wisten naar welke school zij wilden. Een derde van de leerlingen geeft aan het op dat moment al te weten. Slechts 3.6% van de ondervraagden zegt dit al eerder te weten. Echter, bijna de helft van de respondenten (49.2%) geeft aan pas in groep 8 te weten naar welke school hij toe wil. Een percentage van 12.5% van de ondervraagden weet het niet meer. Dit is afgebeeld in figuur 4.5.

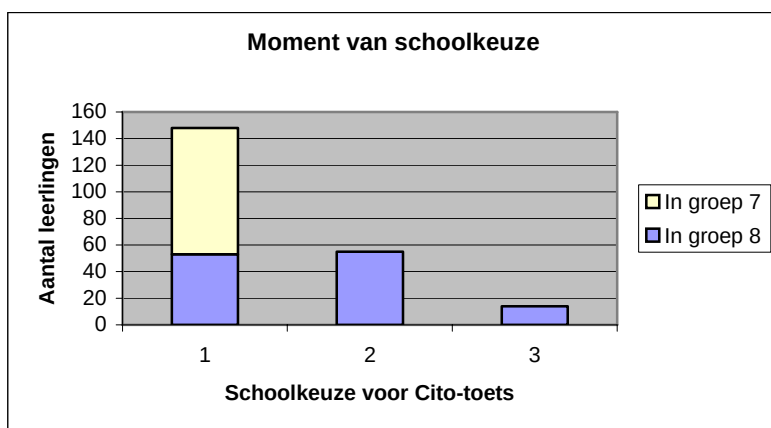
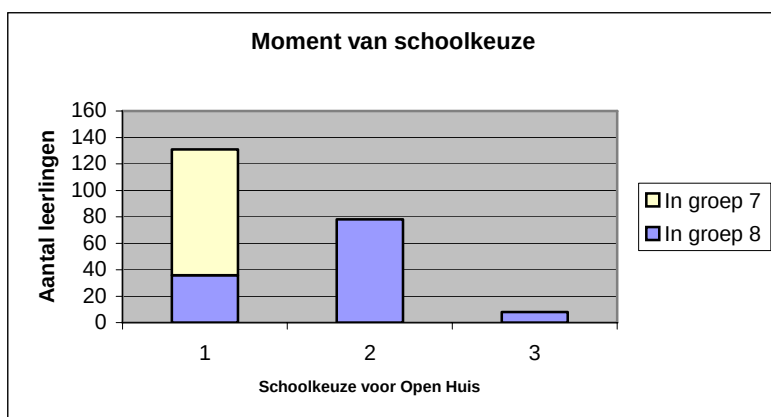
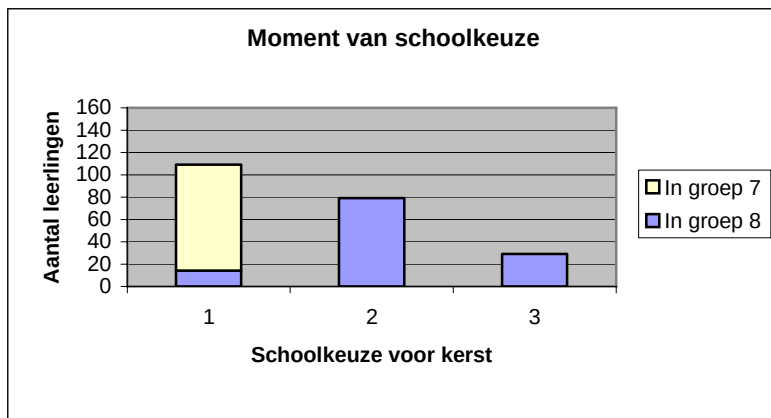


Figuur 4.5: Keuze voor de middelbare school bij leerlingen al bekend in groep 7?

Hierna werden de leerlingen gevraagd om van drie momenten in het schooljaar aan te geven of de keuze voor de middelbare school op dat moment al dan niet gemaakt was.

Het gaat daarbij om de kerstvakantie (eind december – begin januari), om de Open Huis Dagen (eind januari – begin februari) en om de uitslag van de Cito-toets (april). Alleen de respondenten die aan hebben gegeven de keuze voor de middelbare school in groep acht te maken, doen mee in deze analyse. De respondenten die aangaven in groep zeven of al eerder te weten naar welke school zij toe willen, zijn gefilterd uit deze analyse, evenals de respondenten die aangaven het moment van de schoolkeuze niet meer te weten.

Er zijn 122 leerlingen die de keuze voor de middelbare school in groep acht hebben gemaakt. Per moment wordt in figuur 4.6 weergegeven hoeveel leerlingen al of niet wisten naar welke middelbare school zij wilden gaan.



Figuur 4.6: Moment waarop leerlingen hun schoolkeuze bepalen

Noot. 1 geel = Ja, al in groep 7, 1 blauw = Ja, voor dat moment, 2 = Nee, na dat moment, 3 = Weet niet meer

Uit figuur 4.6 is op te maken dat maar weinig groep 8-leerlingen al voor de kerstvakantie weten naar welke school zij willen (11.4%). Van de leerlingen geeft 65% aan het dan in ieder geval nog niet te weten en 23.8% van de leerlingen weet het niet meer.

Een maand later, nog voor de Open Huis Dagen, weet al 29.5% van de leerlingen naar welke middelbare school hij toe wil. Echter, nog steeds een percentage van 64% weet het dan nog niet. Slechts 6.5% van de leerlingen geeft aan het niet meer te weten.

Nog twee maanden later, vlak voordat de uitslag van de Cito-toets bekend is, weet al 43% van de leerlingen waar hij naartoe wil. Een percentage van 45% weet het dan nog niet en 11.4% van de leerlingen weet dit niet meer.

Vooraf werd verondersteld dat het moment waarop communicatiemiddelen worden ingezet, bepalend is voor het moment waarop leerlingen zich bij een bepaalde middelbare school aanmelden. Het blijkt dat, wanneer de Open Huis Dagen eraan zitten te komen, steeds wat meer leerlingen weten naar welke school zij toe willen. Na de Open Huis Dagen, loopt dit aantal alleen maar verder op. De meeste voorlichtings- dan wel wervingsmiddelen worden ingezet in december, januari en februari, dat wil zeggen van twee maanden voor de Open Huis Dagen tot aan het moment van de Open Huis Dagen. Er kan dus wel degelijk gesteld worden dat het inzetten van communicatiemiddelen in december, januari en februari, samenhangt met het moment waarop de leerlingen beginnen met het aanmelden op de middelbare school.

Van de 65 leerlingen die aangeven dat zij, voordat de uitslag van de Cito-toets bekend wordt, nog niet weten naar welke school zij zullen gaan, hebben er 32 een combinatieadvies gekregen. Dat betekent een VMBO-T/HAVO advies of een advies voor HAVO/VWO. Vooral voor hen kan de score op deze toets bepalend zijn voor de schoolkeuze. Het kan zijn dat deze groep leerlingen de keuze voor de middelbare school bepaalt op basis van de score die zij hebben gehaald op de Cito-toets. Er blijven dan 33 leerlingen over, die aangeven dat de keuze voor de middelbare school dan nog niet is gemaakt.

Tot slot werden de leerlingen gevraagd om aan te geven of het bezoekje met de groep 8-klas aan een van de locaties van het Bonhoeffer College wel of niet op tijd kwam. Deze bezoeken worden door het Bonhoeffer College gepland met de contactpersoon van de basisschool. Ze vinden plaats in de maanden november, december en januari, afhankelijk van de voorkeur van zowel de locatie van het Bonhoeffer College als de basisschool. Per locatie wordt nu gekeken wat de leerlingen vinden van het tijdstip van dit bezoek (zie tabel 4.31). Uit tabel 4.31 valt af te lezen dat de meeste leerlingen het tijdstip waarop zij met de klas een bezoek brengen aan een locatie van het Bonhoeffer College, wel een goed tijdstip vinden. Veel leerlingen geven aan de periode waarin dit bezoek plaatsvond niet meer goed te weten, maar slechts weinigen laten weten dat het bezoek eerder dan wel later plaats moet vinden. Hierop valt daarom niet veel aan te merken.

Tabel 4.31

Timing van het basisschoolbezoek voor leerlingen aan een Bonhoeffer locatie

Basisschool	Basisschoolbezoek precies op tijd?			
	Ja	Nee, liever eerder	Nee, liever later	Weet ik niet meer
Anna van Buren	10	1	1	5
Koningin Beatrix	3	3	2	10
Toermalijn	7		1	2
Drakensteyn	9			8
Paus Joannes	9	2	5	13
Weth. vd Heyden	10	3	6	13
Godfried Bomans	15	4		9
Triangel	18	5	7	25
Mecklenburg	16	1		5
Prins Maurits	9	3	2	6

Ouders

Aan ouders werd hetzelfde gevraagd met betrekking tot de periode waarin de schoolkeuze werd gemaakt. De formulering van de vragen wijkt daarbij in lichte mate af van de wijze waarop de vragen voor de leerlingen zijn geformuleerd.

De eerste vraag die aan de ouders gesteld werd, is de vraag "Toen mijn kind in groep zeven zat, wist ik al welke middelbare scholen er zijn in Enschede". Van de 81 ouders die mee hebben gedaan, gaven er 54 (66.7%) aan dit in groep zeven al te weten en negen ouders wisten het zelfs al eerder. Slechts vijftien ouders wisten dit pas in groep acht (18.5%) en drie ouders weten dit niet meer. Deze gegevens worden afgebeeld in figuur 4.7.



Figuur 4.7: Ouders op de hoogte van alle Enschedese middelbare scholen in groep 7?

Daarna werd aan de ouders het volgende gevraagd: "Toen mijn kind nog in groep zeven zat, wist ik al naar welke middelbare school mijn kind toe zou gaan". Hierop antwoordden de ouders bijna tegenovergesteld in vergelijking met de vorige vraag. Twintig ouders gaven aan dit al te weten in groep zeven (24.7%) en één ouder wist het zelfs nog eerder. Toch geeft een grote meerderheid van de ouders (71.6%) aan dat ze dit pas in groep 8 wisten. Er zijn twee ouders die het niet meer weten. In figuur 4.8 worden deze gegevens afgebeeld.



Figuur 4.8: Keuze voor de middelbare school bij ouders al bekend in groep 7?

Ook aan de ouders werd gevraagd van de drie eerder genoemde momenten aan te geven, of zij op dat moment al wisten naar welke school hun zoon of dochter toe zou gaan. Opnieuw wordt alleen naar de resultaten gekeken van ouders die pas in groep acht wisten van hun kind naar welke school hij of zij toe wilde.

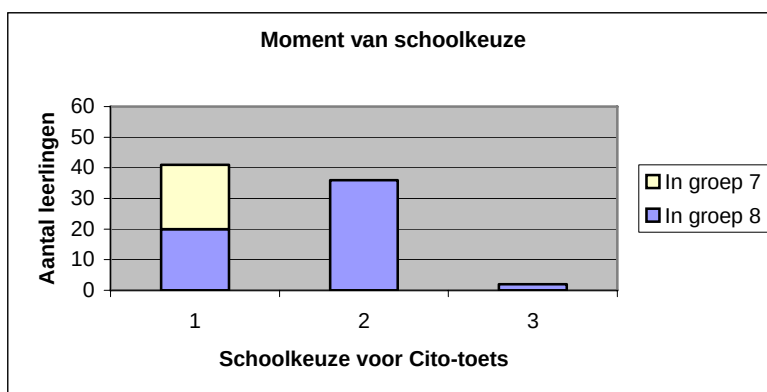
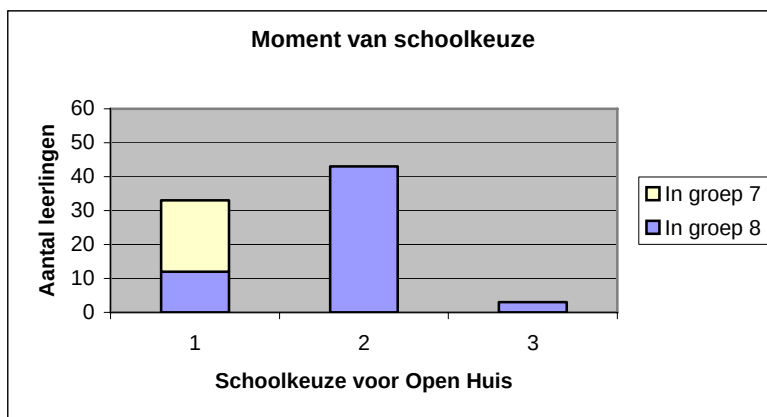
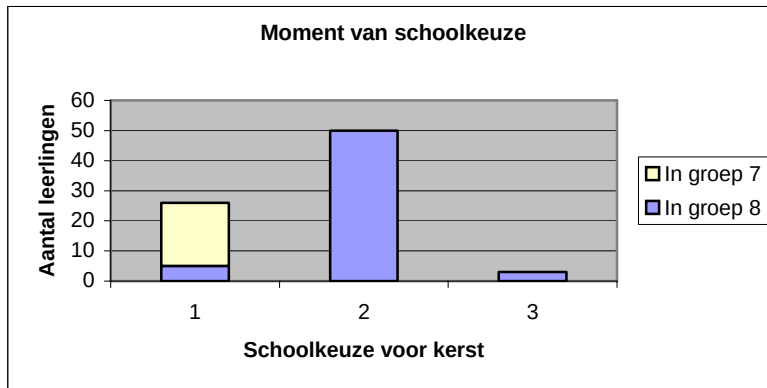
Er zijn 58 ouders die pas in groep 8 wisten naar welke middelbare school hun kind toe zou gaan. Per moment wordt in figuur 4.9 weergegeven hoeveel ouders toen al wisten van hun kind naar welke middelbare school hij wilde gaan.

Uit figuur 4.9 is op te maken dat nog maar weinig ouders voor de kerstvakantie al weten naar welke school hun kind wil (8.6%). Maar liefst 68.2% van de ouders geeft aan het dan in ieder geval nog niet van zijn kind te weten en 5.2% van de ouders weet het niet meer.

Een maand later, nog voor de Open Huis Dagen, weet al 20.1% van de ouders naar welke middelbare school zijn kind toe wil. Echter, nog steeds een percentage van

74.1% van de ouders weet het dan nog niet. Slechts 5.2% van de ouders geeft aan het niet meer te weten.

Nog twee maanden later, vlak voordat de uitslag van de Cito-toets bekend is, weet al 34.5% van de ouders waar zijn kind naartoe wil. Een percentage van 44.4% weet het dan nog niet en 3.4% van de ouders weet dit niet meer.



Figuur 4.9: Moment waarop ouders weten naar welke school hun kind wil

Noot. 1 geel = Ja, al in groep 7, 1 blauw = Ja, voor dat moment, 2 = Nee, na dat moment, 3 = Weet niet meer

De antwoorden van de ouders komen in sterke mate overeen met de antwoorden van de leerlingen. Ook nu zijn er maar weinig ouders die voor de kerstvakantie al weten naar welke middelbare school hun kind toe wil. Dit aantal loopt na de vakantie wel iets op, maar voordat de Open Dagen georganiseerd worden zijn er nog steeds niet veel ouders die weten naar welke middelbare school hun kind wil. Na de Open Dagen weten opnieuw

weer meer ouders naar welke school wil. Vlak voordat de uitslag van de Cito-toets binnen is, weet namelijk ruim een derde (34.5%) naar welke middelbare school hun kind toe wil.

Tot slot werd aan de ouders gevraagd of de presentatie-avond van het Bonhoeffer College op de basisschool precies op tijd kwam. Ook nu komen de antwoorden van de ouders sterk overeen met de antwoorden van de leerlingen. De meerderheid van de ouders (56.8%) gaf aan dat deze avond precies op tijd kwam. Veertien ouders zijn hier niet bij geweest (17.3%) en dertien ouders weten het niet meer (16%). Slechts 9.9% van alle ouders gaf aan dat deze avond wel eerder of juist later plaats had mogen vinden. Dit percentage is echter zo klein dat hiermee geen grote verschuivingen teweeg zullen worden gebracht in de planning van deze avond.

4.4 Conclusies

Het hoofdonderzoek is uitgevoerd om een antwoord te krijgen op vier van de zes onderzoeksvragen die voor het Bonhoeffer College belangrijk zijn. In deze paragraaf wordt, per onderzoeksvraag, geprobeerd het antwoord op de vragen te geven, gebaseerd op de resultaten die in de bovenstaande paragrafen weergegeven zijn.

4.4.1 Belangrijke schoolkeuzecriteria

Uit het vooronderzoek bleek welke criteria voor leerlingen en ouders een belangrijke rol spelen bij het kiezen tussen verschillende middelbare scholen. Die belangrijke criteria zijn 'sfeer op school', 'kwaliteit van het onderwijs', 'moderne middelen/mogelijkheden om op school te leren', 'leraren', 'persoonlijke aandacht' en 'het schoolgebouw'. Voor de ouders werd daar nog een extra criterium aan toegevoegd, namelijk 'het aantal gekleurde leerlingen op het Bonhoeffer College'.

Toen deze criteria eenmaal waren vastgesteld, werd bekeken welke van deze criteria het meest belangrijk werden gevonden. Er kan daarmee een antwoord worden gegeven op de tweede onderzoeksvraag:

2. "Welke criteria zijn voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend in het keuzeprocess betreffende een middelbare school?"

De moderne middelen die de school heeft voor het leren en hoe het schoolgebouw eruit ziet, zijn voor leerlingen belangrijk bij het oordeel over de middelbare school. Binnen het criterium 'moderne middelen' is het voor de leerlingen het meest belangrijk dat zij kunnen leren op school, dat zij zich goed kunnen ontwikkelen en dat er gebruik wordt gemaakt van leuke lesmethoden. Voor het gebouw geldt, dat het meest belangrijk is dat het gebouw goed is onderhouden en dat het er netjes uitziet.

Ouders gaven daarentegen aan de kwaliteit van het onderwijs veruit het meest belangrijk te vinden. Binnen het criterium 'kwaliteit van het onderwijs', vinden ouders het vooral belangrijk dat er voldoende persoonlijke aandacht is voor het kind, dat er goed lesmateriaal voorhanden is en dat er goede docenten werken op de school.

Een logische vervolgstap is om te bekijken hoe het Bonhoeffer College scoort op de belangrijke criteria. Dat gebeurt in paragraaf 4.4.2.

4.4.2 Score van het Bonhoeffer College op de belangrijke criteria

Het is uiteraard niet alleen van belang om te weten welke schoolkeuzecriteria onder de doelgroep het meest belangrijk worden gevonden, maar ook is het voor het Bonhoeffer College zinvol om te weten hoe de school op deze belangrijke criteria 'scoort'. De onderzoeksvraag die hiertoe werd opgesteld, luidde als volgt:

3. "Hoe 'scoort' het Bonhoeffer College op de criteria die voor groep 8-leerlingen en hun ouders bepalend zijn in het keuzeprocess betreffende een middelbare school?"

Leerlingen gaven aan dat zij het vooral belangrijk vinden dat er moderne middelen op school aanwezig zijn voor het leren. Ook bepaalt het schoolgebouw in belangrijke mate het oordeel over de school. Voor de moderne middelen op school wordt een hoge score toegekend (3.71), echter niet de hoogste. De score voor de sfeer op het Bonhoeffer

College en de kwaliteit van het onderwijs, staan op een gedeelde eerste plek (3.82), terwijl dit voor leerlingen minder belangrijk is dan de aanwezige moderne middelen en hoe het schoolgebouw eruit ziet. De score voor het schoolgebouw is bij de leerlingen zelfs de laagst behaalde score, hoewel deze score 'an sich' nog niet heel erg laag is.

Tussen de aankomend Bonhoeffer leerlingen en de aankomend Stedelijk leerlingen, is er sprake van een significant verschil op het construct 'moderne middelen'. De leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan kennen een significant hogere score toe dan de leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan ($F = 20.128$, $p = 0.00$). Dit is nu net een van de twee criteria die voor leerlingen een erg belangrijke rol speelt bij het maken van de schoolkeuze. De aankomend Stedelijk leerlingen zijn blijkbaar niet genoeg overtuigd van de moderne middelen waarover het Bonhoeffer College beschikt, dan de aankomend Bonhoeffer leerlingen. Voor het Bonhoeffer College is het belangrijk om hier in de communicatie meer op in te spelen.

Voor ouders is de kwaliteit van het onderwijs het meest belangrijk. Op dit criterium scoort het Bonhoeffer College erg hoog (3.77), meteen na sfeer op school (3.80), wat een goede score is voor het Bonhoeffer College.

Tussen ouders van leerlingen die naar het Bonhoeffer College gaan en ouders van leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan, bestaat wel een significant verschil. Ouders van aankomend Bonhoeffer leerlingen vinden de sfeer op school significant leuker dan de ouders van leerlingen die naar Het Stedelijk Lyceum gaan ($F = 7.931$, $p = 0.01$). Echter, sfeer op school wordt niet het meest belangrijke criterium gevonden. Toch is het wel degelijk belangrijk voor het Bonhoeffer College om hier in de communicatie aandacht aan te besteden.

Hiermee wordt duidelijk waar de sterke en zwakke punten liggen van het Bonhoeffer College. In hoofdstuk zeven, de aanbevelingen, wordt voorgesteld hoe hiermee het beste om kan worden gegaan.

4.4.3 Rol van de communicatiemiddelen

Zoals in het eerste hoofdstuk al werd vermeld, bestaat het doel van deze opdracht uit twee delen. Het gaat niet alleen om het verschaffen van inzicht in schoolkeuzecriteria en de score van het Bonhoeffer College hierop, maar ook is het belangrijk om te weten welke rol de communicatiemiddelen van de school hierbij spelen. Daartoe werd de vijfde onderzoeksvraag opgesteld, die luidde:

5. "In hoeverre spelen de verschillende communicatiemiddelen die het Bonhoeffer College hanteert met betrekking tot de werving van leerlingen een rol bij het maken van de keuze voor deze middelbare school?"

Het Bonhoeffer College hanteert verschillende communicatiemiddelen. Per categorie worden de communicatiemiddelen besproken. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen de Open Huis Dag, de wervingsactiviteiten en de voorlichtingsmiddelen.

Open Huis Dag

De Open Huis Dag is een middel dat los van de andere activiteiten moet worden gezien. Maar liefst 80.2% van alle respondenten heeft één of meerdere Open Huis Dagen bezocht. De Open Huis Dag wordt door zowel leerlingen als ouders erg belangrijk gevonden. Ook scoren de Open Huis Dagen van de verschillende locaties hoog op elk onderdeel. De Open Huis Dagen worden erg leuk, sfeervol, niet saai en nuttig gevonden.

Zowel de ouders als de leerlingen komen het meest via de groep 8-leraar op de hoogte van de Open Huis Dagen. De leraar speelt hierin een duidelijke sleutelrol voor beide partijen. De ouders komen, naast de leraar, vooral via hun kind uit groep acht en middels de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia op de hoogte van de Open Huis Dagen. Leerlingen weten het, behalve via de leraar, vaak van hun ouders, vrienden of broer of zus. Via de overige kanalen, waarin ook bekend wordt gemaakt dat er Open Huis Dagen gehouden worden, komt de boodschap zowel bij leerlingen als bij ouders een stuk minder goed over.

Wervingsactiviteiten

Het spotje in de bibliotheek van Enschede is nauwelijks bekend onder de respondenten. Het spotje wordt uitgezonden in de periode rond de Open Huis Dagen en is bedoeld om leerlingen en ouders hiervan op de hoogte te brengen. Echter, het spotje wordt nauwelijks opgemerkt door de doelgroep en daarmee schiet het zijn doel voorbij.

Er wordt door het Bonhoeffer College geadverteerd voor de Open Huis Dagen in de Twentsche Courant Tubantia, de Huis-aan-Huis krant, de Weekendkrant, in het kerkblad 'Samenspraak' en in de 'Koerier'. Er zijn niet veel leerlingen die wel eens een advertentie van het Bonhoeffer College hebben gezien, in tegenstelling tot de ouders. De ouders zagen echter vooral de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia. In de overige bladen werd de advertentie nauwelijks opgemerkt en weinig ouders komen via deze advertenties op de hoogte van de Open Huis Dagen.

Maar weinig leerlingen en ouders merken op dat het Bonhoeffer College een aantal Enschedese voetbalclubs sponsort. Echter, deze sponsoring dient ook niet direct om mensen te overtuigen van het Bonhoeffer College, maar hiermee wordt wel het opbouwen van naamsbekendheid en de identificatie van de school met sport nagestreefd.

Het CD-opbergdoosje wordt jaarlijks, in combinatie met het boekje 'Jouw nieuwe school' uitgereikt aan groep 8-leerlingen van rooms-katholieke en protestants/christelijke basisscholen in Enschede. Bijna elke leerling kent het doosje. De leerlingen geven allen aan dit een erg leuk doosje te vinden. Waar het doosje jaarlijks wordt vervangen door een ander presentje, is het een optie om het CD-opbergdoosje nog een aantal jaren uit te reiken, daar de reacties overweldigend zijn.

Kortom, van de wervingsactiviteiten zijn alleen de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia en het CD-opbergdoosje een groot succes. De inzet van overige wervingsactiviteiten wordt nauwelijks opgemerkt.

Voorlichtingsmiddelen

Onder leerlingen zijn de website en de locatiefoldertjes het meest bekende middel, gevolgd door het boekje 'Jouw nieuwe school', de locatie-informatiegids en de Open Huis Krant. Elke leerling surft tegenwoordig op het internet, dus dat de website bovenaan staat is niet verwonderlijk. De locatiefoldertjes worden uitgereikt tijdens de Open Huis Dagen. Aangezien deze dagen door bijna alle leerlingen zijn bezocht, is ook dit niet raar.

Wat wel opvallend is, is dat de Open Huis Krant helemaal onderaan staat, aangezien deze krant bij iedereen in Enschede huis aan huis wordt verspreid. Het doel van de Open Huis Krant ligt in het opbouwen van naamsbekendheid en het aankondigen van de Open Huis Dagen. Opnieuw lijkt er sprake van een medium dat zijn doel niet bereikt.

Wat ook opvallend is, is dat het boekje 'Jouw nieuwe school' bij slechts 39.5% van de leerlingen bekend is, terwijl dit boekje tegelijk met het CD-opbergdoosje wordt uitgereikt, dat wel bijna iedereen kent. Aangezien leerlingen zich zo positief uit hebben gelaten over het CD-doosje, lijkt het erop dat, wanneer zij het doosje eenmaal in handen hebben, er geen aandacht meer is voor het boekje. Mogelijk dat het uitreiken van twee middelen op hetzelfde moment hieraan bijdraagt.

De locatie-informatiegids wordt in principe pas verspreid aan het begin van het nieuwe schooljaar. Dat niet veel leerlingen deze gids kennen is daarom ook niet vreemd. Wat wel opvalt, is dat, van de leerlingen die de gids kennen, in totaal 56.3% van de leerlingen de gids gebuikt heeft bij het kiezen tussen de middelbare scholen. Er staat dan ook uitgebreide informatie over de school in deze gids.

De locatiefoldertjes horen tevens bij de meest gebruikte middelen, evenals het boekje 'Jouw nieuwe school'. Het zijn middelen met een handzaam formaat en met veel handige informatie over de school.

De kennis van de communicatiemiddelen door ouders, wijkt niet veel af van dat van de leerlingen. Ook de ouders kennen de website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' het beste.

Ook qua gebruik van de communicatiemiddelen, wijken de ouders maar licht af van de leerlingen. Zij maken namelijk ook het meest gebruik van de locatiefoldertjes en de locatie-informatiegids. In plaats van het boekje 'Jouw nieuwe school', dat bij de

leerlingen op de derde plek stond, maken de ouders daarna het meest gebruik van de schoolgids. De inhoud van de schoolgids lijkt veel op de inhoud van de locatie-informatiegids, maar de schoolgids geldt voor alle locaties.

Samenvattend kan uit het bovenstaande geconcludeerd worden dat de Open Huis Dag een erg belangrijke rol speelt. Van de wervingsactiviteiten slaan het CD-opbergdoosje en de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia het beste aan. Niet alle voorlichtingsmiddelen spelen een even grote rol. De website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' zijn zowel voor leerlingen als ouders de meest bekende middelen. De leerlingen gebruiken vooral de locatiefoldertjes, de locatie-informatiegids en het boekje 'Jouw nieuwe school' bij het kiezen tussen de middelbare scholen. Ouders gebruiken de eerste twee middelen ook het meest, maar in plaats van het boekje, maken zij meer gebruik van de schoolgids.

4.4.4 Moment waarop de schoolkeuze gemaakt wordt

Niet alleen werd gekeken naar de communicatiemiddelen die belangrijk worden gevonden in het keuzeproces, maar tot slot werd aan de respondenten ook gevraagd op welk moment zij behoefte hebben aan bepaalde informatie. Daartoe werd de vierde onderzoeksvraag opgesteld. Die luidt:

4. "In welke fase van het keuzeproces van de doelgroep is behoefte aan welke informatie?"

Uit de resultaten is gebleken dat een derde van de leerlingen in groep zeven al weet naar welke middelbare school hij wil. Een kwart van de ouders weet, op het moment dat het kind nog in groep zeven zit, naar welke school het kind wil. Niet veel leerlingen en ouders geven aan dit in groep zes of eerder ook al te weten.

Van de leerlingen die de keuze in groep acht maken, zijn er nog maar weinig die voor de kerstvakantie al weten naar welke school zij toe willen. Na de kerstvakantie loopt dit aantal iets op, maar er zijn dan nog steeds veel leerlingen die het niet weten. Ook weten veel ouders dan nog niet naar welke school hun kind wil. De kerstvakantie valt ongeveer een maand voor de Open Huis Dagen. Zowel ouders als leerlingen geven duidelijk aan dat zij, met het maken van de keuze, eerst willen afwachten hoe het Open Huis van de betreffende school is. Dat de Open Huis Dagen vlak na de kerstvakantie zijn gepland, is derhalve een goede keuze. De oriëntatie op de middelbare scholen begint dan serieuze vormen aan te nemen.

Na de Open Huis Dagen weet bijna de helft van alle leerlingen nog niet waar hij naar toe wil en voor ouders geldt hetzelfde. Een gedeelte van de leerlingen en ouders wacht dan hoogstwaarschijnlijk de uitslag van de Cito-toets nog af en een ander gedeelte van de leerlingen heeft mogelijk gewoon nog wat meer tijd nodig.

Wat opvalt bij het Bonhoeffer College is dat, van alle externe communicatiemiddelen die worden ingezet, de Open Huis Dag de 'hekkensluiter' is. De inzet van praktisch elk middel of bezoekje heeft al plaatsgevonden voor de Open Huis Dagen. In principe is het goed om voor de Open Huis Dagen al veel aan werving van nieuwe leerlingen te doen. Echter, de leerlingen die de keuze voor of gedurende de periode van de Open Huis Dagen nog niet hebben gemaakt, hebben mogelijk na de tijd nog bevestiging nodig. Vanuit het Bonhoeffer College gebeurt dit dan nog minimaal, op een enkel krantenartikel in de Twentsche Courant Tubantia na. Wanneer een concurrerende school dit wel doet, kan dit net het duwtje in de rug zijn dat de leerling nodig heeft. Op dit punt kan het Bonhoeffer College mogelijk verbeteren.

Zoals steeds werd aangegeven, wordt in een volgend stadium een aantal van de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College nader onderzocht. Hoe dit gebeurt en wat de uitkomsten hiervan zijn, wordt besproken in het volgende hoofdstuk, hoofdstuk vijf.

5. Evaluatie van belangrijke communicatiemiddelen

5.1 Inleiding

In het derde deel van het onderzoek komt de laatste onderzoeksvraag aan de orde. Het gaat om onderzoeksvraag zes:

6. *“In welk opzicht kunnen relevante communicatiemiddelen verbeterd worden?”*

In het vooronderzoek werd inzicht verkregen in de schoolkeuzemotieven. Het hoofdonderzoek diende er onder andere toe om te weten te komen welke communicatiemiddelen het meest bekend zijn en gebruikt werden onder respondenten.

In dit deel van het onderzoek wordt een aantal van die communicatiemiddelen onderworpen aan een inhoudelijke beoordeling van het middel. De middelen die in dit deel van het onderzoek onderzocht zullen worden, zijn de website, de locatiefoldertjes, het boekje ‘Jouw nieuwe school’ en de Open Huis Krant van het Bonhoeffer College. Deze middelen worden zowel door leerlingen als door ouders beoordeeld. De website, de locatiefoldertjes en het boekje ‘Jouw nieuwe school’ zijn gekozen, omdat deze drie middelen onder leerlingen en ouders het meest bekend zijn. Daarentegen is de Open Huis Krant gekozen, omdat bijna niemand van de respondenten dit middel kent. De vraag die opkomt is ‘Wat is er mis met deze krant?’.

De gekozen middelen worden allen ingezet op het moment dat de leerling nog in groep acht zit. De schoolgids en de locatie-informatiegids worden echter uitgereikt aan leerlingen voor wie het schooljaar op het Bonhoeffer College net begonnen is, maar zijn wel het hele schooljaar op aanvraag verkrijgbaar. Hoewel de SOVO-brochure ook aan groep 8-leerlingen wordt uitgereikt, is dit middel samengesteld door de gemeente Enschede. Het Bonhoeffer College levert de inhoud aan voor het stukje dat over hen in de brochure moet komen te staan, maar kan geen invloed uitoefenen op de overige aspecten van het communicatiemiddel.

5.2 Evalueren van de communicatiemiddelen

Deze paragraaf zal, evenals in de voorgaande twee hoofdstukken, worden opgebouwd door achtereenvolgens het gekozen instrument te verantwoorden, door de opbouw van het instrument te bespreken, door aan de orde te stellen hoe de werving van respondenten eruit zal komen te zien en door de onderzoeksprocedure te bespreken.

5.2.1 Verantwoording onderzoeksmethode

Wanneer het Bonhoeffer College inzicht verkrijgt in het effect van zowel de gezamenlijke als de afzonderlijke communicatiemiddelen, wordt voor hen duidelijk hoe zij het PR & communicatiebudget zo goed mogelijk kunnen besteden, om de gestelde doelstellingen te kunnen behalen. Het antwoord op deze laatste onderzoeksvraag kan gevonden worden door het uitvoeren van een evaluatiemethode die voor het betreffende communicatiemiddel het meest geschikt is. Per middel wordt besproken aan de hand van welke methode het onderzoek wordt uitgevoerd.

Website

Website-evaluatie was aanvankelijk vooral een taak van softwareontwerpers. Zij waren geneigd om de interface en navigatiestructuur in een usability-test te betrekken. Geleidelijk groeide echter het besef dat de vulling van een site – de geboden informatie en de presentatie daarvan – even belangrijk is (Van der Geest, 2001). De twee methoden die het vaakst voorkomen bij het evalueren van websites, zijn de plus-en-minmethode en de hardopwerkmethode, waarbij overigens van de laatste methode verondersteld wordt dat deze niet erg geschikt is voor groep 8-leerlingen (De Jong, 2004). Daarom wordt ook de website van het Bonhoeffer College aan de hand van de plus-en-minmethode getest.

Webvormgeving is nog een jong vakgebied. Publicaties over een gebruiksvriendelijke webvormgeving staan vooral op naam van één onderzoeker, Jakob Nielsen. Nielsen (1999) zet uiteen aan welke regels websites moeten voldoen om

gebruiksvriendelijk te zijn. Hij gaat ervan uit dat een websitebezoeker op zoek is naar informatie. Zodra de site de indruk wekt dat die informatie zich er niet bevindt, dan verlaat de bezoeker je site. Nielsen doet daarom aanbevelingen op het gebied van layout en vormgeving, downloadtijd, navigatie en tekst.

Ook de Jong et al. (2004) doen aanbevelingen om te zorgen dat websitebezoekers zo min mogelijk problemen ervaren tijdens het surfen op een website. Zij hebben hier ook een aantal aandachtspunten voor opgesteld, namelijk op het gebied van startpagina en navigatie, inhoud, contactinformatie en transactiemogelijkheden en de interne zoekmachine. Deze onderzoekers stellen dat op de startpagina direct duidelijk moet zijn waar op de site welke informatie te vinden zal zijn. De website moet begrijpelijk zijn voor de doelgroep. Er moet relevante contactinformatie worden gegeven en het antwoord op bepaalde vragen moet te vinden zijn met een zoekmachine.

Het gaat te ver om in dit kleinschalige, kwalitatieve onderzoek ook rekening te houden met bijvoorbeeld downloadtijden en hoe eenvoudig de site te bereiken is via externe zoekmachines. Wel is het interessant om te weten te komen wat bezoekers van de inhoud en de vormgeving van de website vinden, evenals het gemak waarmee zij op de site zelf informatie kunnen vinden.

Aan leerlingen en ouders werd daarom gevraagd om middels plussen en minnen, gevolgd door een zoekopdracht, een zo uitgebreid mogelijk oordeel te geven over de website van het Bonhoeffer College. Daarbij kunnen de aspecten die te diep ingaan op het technische gedeelte van de site niet aan de orde komen. Derhalve zal de website van het Bonhoeffer College beoordeeld worden op de volgende, samengestelde onderdelen, op basis van de aandachtspunten van de hierboven besproken onderzoekers, te weten inhoud, vormgeving en navigatie.

Website-evaluatie had ook uitgevoerd kunnen worden aan de hand van de hardop-werkmethode. De essentie van deze methode is dat de respondenten, terwijl zij bezig zijn met een bepaalde taak, hun gedachten verbaliseren. Op die manier kan geprobeerd worden om hun denkprocessen in kaart te brengen (De Groot, 1946). Dieli (1986) stelt dat de hardop-werkmethode bij uitstek geschikt is om informatie te verkrijgen over de bruikbaarheid van een bepaald stuk tekst en de toegankelijkheid van bepaalde informatie. Wat dat betreft zou de hardop-werkmethode goed toepasbaar zijn voor het evalueren van de website. Echter, de beoordelaarsbetrouwbaarheid van de hardop-werkmethode is een moeilijk punt (Wenger & Spyridakis, 1989). Gesteld wordt dat de ambiguïteit van de onderzoeksgegevens mogelijk zorgt voor interpretatieproblemen en voor verschillen tussen beoordelaars. De plus-en-minmethode blijft daarom voor het evalueren van de website gehandhaafd.

Locatiefoldertjes en 'Jouw nieuwe school'

Waarschijnlijk de omvangrijkste en ook meest wijdverbreide onderzoekstraditie waarbinnen wordt geprobeerd om de publieksafstemming van (zakelijke) teksten te onderzoeken en/of te verbeteren, is het leesbaarheidsonderzoek geweest. De essentie van een leesbaarheidformule is dat aan de hand van een aantal objectief telbare linguïstische teksteigenschappen een voorspelling wordt gedaan van de leesbaarheid van een tekst (Klare, 1963). Van alle pretestmethoden zijn de leesbaarheidsformules zonder twijfel het gemakkelijkst uitvoerbaar in de voorlichtingspraktijk. Echter, voor al deze formules geldt de beperking dat zij alleen een uitspraak kunnen doen over lopende tekst. Kopjes, schema's, illustraties en dergelijke moeten dus altijd buiten beschouwing blijven.

Een instrument dat daarom interessanter is om te gebruiken in dit onderzoek, is de plus-en-minmethode. Het is een veelgebruikt instrument dat geschikt is voor het testen van alle brochures (De Jong & Schellens, 2001). Respondenten krijgen de opdracht om bijvoorbeeld een brochure of een folder te lezen en om tijdens dat lezen hun positieve en negatieve leeservaringen te markeren met plussen en minnen in de kantlijn. De plussen en minnen kunnen om uiteenlopende redenen worden gezet en kunnen betrekking hebben op verschillende elementen, zoals woorden, zinnen, alinea's, hele pagina's, illustraties etc. Als de respondenten klaar zijn, volgt een individueel interview waarin de redenen worden achterhaald voor alle plussen en minnen. De opbrengst is een lijst met mogelijke lezersproblemen, die aanleiding kunnen zijn voor

een revisie-ingreep. Een voordeel van de plus-en-minmethode is dat er kwalitatief getest wordt. Dit houdt in dat er minder respondenten nodig zijn, dan wanneer van een kwantitatieve methode gebruik zou worden gemaakt (De Jong & Schellens, 1996). De plus-en-minmethode wordt daarom ingezet bij het onderzoeken van de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school'.

Open Huis Krant

De Open Huis Krant wordt niet met de plus-en-minmethode getest. De omvang van de krant is daarvoor te groot. Tevens wordt niet zozeer de inhoud van de krant ter discussie gesteld, maar wel de vorm van het medium.

Daarom wordt bij de beoordeling van dit middel aan respondenten onder andere gevraagd om drie positieve en drie negatieve kenmerken op te noemen aan de krant. Het gaat hier om open vragen, waarop de respondent naar eigen inzicht kan antwoorden. Deze techniek is geen officiële techniek, maar kan zeker behulpzaam zijn bij het opsporen van problemen. Door tijdsdruk is het er niet meer van gekomen om bijvoorbeeld een groepsgesprek te organiseren, een methode die zeer nuttig is voor het verkrijgen van commentaar op alle mogelijke elementen van de krant (Kanters & Wieberdink, 1990).

5.2.2 Onderzoeksinstrument

Het onderzoeksinstrument wordt in deze paragraaf kort toegelicht. Ook nu gebeurt dat per communicatiemiddel. In bijlage zes is opgenomen hoe de test in zijn werk ging.

Website

Middels de plus-en-minmethode werd de respondent in staat gesteld om alle mogelijke gebruikersproblemen die hij tegenkwam, aan te geven. Er werden vijf webpagina's van de site www.bc-enschede.nl beoordeeld. Het gaat om de homepagina, de pagina met algemene informatie over de school, een pagina van een van de locaties, de pagina voor groep 8-leerlingen en de pagina 'School in beweging'.

Deze pagina's zijn gekozen, omdat deze een goede afspiegeling vormen van de website. De homepagina ziet men als eerste en dient als een soort visitekaartje van de school. De pagina met algemene informatie bevat informatie over allerlei zaken die met de school te maken hebben en daarvan wordt verondersteld dat deze vaak bezocht wordt. De pagina's van de locaties lijken veel op elkaar. Hiervan is er een gekozen, omdat verondersteld wordt dat huidige maar ook aankomend leerlingen kijken op de locatiepagina die voor hen van belang is. De pagina voor groep 8-leerlingen is gekozen, omdat deze specifiek voor de groep 8-leerling ontworpen is. De laatste pagina, 'School in beweging', is gekozen, omdat deze ook direct vanaf de homepagina bereikbaar is.

Behalve een beoordeling van enkele pagina's, werd de respondent ook gevraagd om drie zoekopdrachten uit te voeren. Deze opdrachten dienden om te achterhalen of de navigatie van de site duidelijk is. De opdrachten luiden: 'Bij welke locaties kun je je aanmelden met een VMBO-T advies?', 'Waar komt de naam 'Het Bonhoeffer College' vandaan?' en 'Wat zijn de tien sterke punten van het Juniorcollege?'. Wanneer een bezoeker van een site namelijk vier minuten ergens naar moet zoeken, wordt dit als zo lang ervaren, dat hij hierna niet snel terug zal keren naar de betreffende website. Vindt iemand zijn antwoord na ongeveer tien seconden, dan is hij zeer tevreden (Nielsen, 1999). Daar tussenin ligt een soort schemergebied, afhankelijk van het onderwerp waar naar gezocht wordt.

Locatiefoldertjes en 'Jouw nieuwe school'

Bij het testen van deze twee middelen, kreeg de respondent de locatiefolder of het boekje 'Jouw nieuwe school' van het Bonhoeffer College te zien met de opdracht om het middel goed door te lezen en, daar waar hij op- of aanmerkingen had, plussen en minnen te zetten. Naderhand werden deze plussen en minnen met de respondent nagelopen, zodat een goed beeld kon worden verkregen van wat de respondent met zijn plussen en minnen bedoeld heeft. Ook nu werd vooral gelet op de inhoud en op de vormgeving van beide communicatiemiddelen.

Van de locatiefoldertjes bestaan acht verschillende varianten. Alle foldertjes werden voorgelegd aan de respondenten, per respondent één folder. Qua vormgeving zien de folders er hetzelfde uit, ze verschillen slechts in inhoud, omdat die per locatie verschillend is.

Open Huis Krant

De Open Huis Krant hoefde niet zozeer op inhoud beoordeeld te worden, maar meer op uiterlijke kenmerken. Daarom werden de respondenten in dit geval gevraagd om, alvorens in de krant te bladeren, een eerste indruk te geven van de krant. Daarna kreeg de respondent wel de mogelijkheid om de krant goed in te zien. Hij werd gevraagd om drie positieve en drie negatieve kenmerken te noemen aan de krant.

Daarna werd de bedoeling van de krant – het opbouwen van naamsbekendheid – duidelijk gemaakt aan de respondent. Hij werd gevraagd om aan te geven of dit volgens hem een goede manier is, en zo nee, of hij andere suggesties had. Tot slot werd aan de respondent gevraagd wat hij over de middelbare school te weten wilde komen, voordat hij een Open Huis Dag had bezocht.

5.2.3 Respondenten

Het testen van de communicatiemiddelen gebeurde opnieuw onder de doelgroep en opnieuw door respondenten die niet in een eerder deel van het onderzoek hebben meegewerkt, ook nu met de intentie om reactiviteit te voorkomen. Behalve de doelgroep is het hier echter mogelijk om ook huidige leerlingen van het Bonhoeffer College met hun ouders te vragen naar de kwaliteit van de communicatiemiddelen. Zij hebben er immers direct mee te maken (gehad). Elke respondent werd gevraagd om twee middelen te beoordelen. Bij navraag bleek dat alle respondenten de middelen die zij voorgelegd kregen, kenden.

Drie basisscholen en vier locaties van het Bonhoeffer College werkten mee aan dit gedeelte van het onderzoek. De drie basisscholen zijn De Windroos, de Willem van Oranje Ravenhorsthoek en de Willem van Oranje Veldkampplantsoen. Van het Bonhoeffer College zelf werden brugklasleerlingen gevraagd van de locaties Bruggertstraat, Geessinkweg, Van der Waalslaan en de Wethouder Beversstraat. Aangezien dit onderzoek kwalitatief van aard is, werden per middel drie groep 8-leerlingen, drie brugklasleerlingen en drie ouders ondervraagd. In tabel 5.1 wordt afgebeeld hoe de respondenten over de communicatiemiddelen werden ingedeeld.

Tabel 5.1
Indeling respondenten naar communicatiemiddel dat zij beoordeeld hebben

Middel	Respondenten		
	Groep 8-leerlingen	Brugklasleerlingen	Ouders van groep 8-leerlingen
Website	Windroos 1 Windroos 2 Willem van Oranje R 1	Bruggertstraat 1 Bruggertstraat 2 Geessinkweg 1	Windroos 1 Windroos 2 Windroos 3
Open Huis Krant	Windroos 1 Windroos 2 Willem van Oranje R 1	Bruggertstraat 1 Bruggertstraat 2 Geessinkweg 1	Windroos 1 Windroos 2 Windroos 3
'Jouw nieuwe school	Willem van Oranje R 2 Willem van Oranje V 1 Willem van Oranje V 2	Van der Waalslaan 1 Van der Waalslaan 2 Weth. Beversstraat 1	Willem van Oranje V 1 Willem van Oranje V 2 Willem van Oranje V 3
'Locatiefolder	Willem van Oranje R 2 Willem van Oranje V 1 Willem van Oranje V 2	Van der Waalslaan 1 Van der Waalslaan 2 Weth. Beversstraat 1	Willem van Oranje V 1 Willem van Oranje V 2 Willem van Oranje V 3

5.2.4 Procedure

Alle leerlingen werden op de betreffende scholen bezocht. Steeds werd naar een aparte ruimte gezocht, waar ruimte was om de bedoeling van de opdracht één op één aan de leerlingen uit te leggen. De ouders van de groep 8-leerlingen werden steeds thuis bezocht of op de Kuipersdijk ontvangen, nadat telefonisch een afspraak met hen gemaakt was. Het telefoonnummer werd via de meewerkende basisschool verkregen.

In het geval van de website werden van tevoren de vijf interfaces van de te beoordelen pagina's uitgeprint voor de respondent, zodat hij op papier aan kon geven wat hem op het scherm juist wel of niet beviel. Als de respondent de zoekopdrachten kreeg te horen, werd steeds meegeschreven hoe de respondent navigeerde op het scherm. Tevens werd de tijd tot het vinden van het antwoord bijgehouden.

In het geval van de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' werd de opdracht van tevoren aan de respondent uitgelegd, waarna hij plaats kon nemen in een aparte ruimte. Later werden de plussen en minnen met de respondent besproken.

Ook bij het beoordelen van de Open Huis Krant waren geen derden aanwezig. De respondent kreeg steeds vragen van de onderzoeker voorgelegd die hij zo eerlijk mogelijk moest proberen te beantwoorden.

5.3 Resultaten

In deze paragraaf wordt per communicatiemiddel besproken welke opmerkingen de respondenten hebben geplaatst bij het betreffende middel. Alle opmerkingen die gemaakt zijn, staan vermeld in bijlage zeven. Hier worden alleen de algemene resultaten besproken.

5.3.1 Website

Er zijn vijf webpagina's onderzocht. Per pagina wordt besproken wat er, in het algemeen, over de inhoud en de vormgeving is gezegd. Na de bespreking per pagina, wordt ingegaan op de navigatie van de hele website.

Homepagina

De homepagina is de eerste pagina waar je op komt als je www.bc-enschede.nl intypt.

Respondenten gaven aan dat zij het erg handig vinden dat ze gelijk naar de website van één van de locaties door kunnen klikken. Ook vinden zij het leuk dat de datum van vandaag in beeld staat. Zij vinden het goed dat je kunt zoeken binnen de site. Echter, wanneer je dan op zoek gaat naar specifieke informatie en gebruik maakt van de zoekoptie, kom je lang niet altijd uit bij het antwoord dat je hoopte te vinden. Dit stemt tot ontevredenheid. De welkomsttekst op deze pagina wordt saai en moeilijk gevonden.

Respondenten zijn erg tevreden over de frameset die rechts in beeld staat. Onduidelijk is echter waarom er per button zoveel verschillende kleuren worden gebruikt. Dat maakt het geheel niet erg overzichtelijk. Sowieso wordt vaak gezegd dat de pagina enigszins rommelig oogt, mede door het gebruik van steeds verschillende lettertypes. Los van het feit dat de homepagina rommelig overkomt, wordt hij ook saai gevonden. Er wordt weinig kleur gebruikt. Hoewel de respondenten aangeven het logo van het Bonhoeffer College wel mooi te vinden, vinden zij het niet nodig dat het logo twee keer te zien is op de homepagina. In plaats daarvan had er ook wel een andere leuke foto kunnen staan.

Pagina 'Algemene informatie en laatste nieuws'

Deze pagina is direct bereikbaar vanaf de homepagina en biedt allerlei achtergrondinformatie over het onderwijs op het Bonhoeffer College.

Respondenten zijn tevreden over de onderwerpen die zij tegenkomen op deze site. Er staan in de frameset, rechts in beeld, veel links met allerlei onderwijsinformatie over het Bonhoeffer College. Tevens zijn zij erg te spreken over het feit dat het laatste nieuws wordt bijgehouden op de site. Echter, daar wordt duidelijk bij gezegd dat het dan ook wel écht het laatste nieuws moet zijn. Nu staan er nog veel te veel nieuwsfeiten onder elkaar, waarvan menig respondent aangeeft dat het niet meer interessant is om te kijken naar het bericht dat ergens ver onderaan staat.

Qua vormgeving wordt ook nu door de respondenten aangegeven dat de webpagina, door het weinige kleurgebruik, saai oogt. Daar komt bij dat alle nieuwsfeiten als een lange lap tekst onder elkaar in beeld worden gebracht, voorzien van slechts hier en daar een enkele foto. Respondenten vinden dit erg saai overkomen en voelen zich niet uitgenodigd om lang naar deze pagina te kijken. Overigens, over het 'uitrolblokje' dat meteen verschijnt zodra je op de pagina komt, zijn respondenten wel tevreden. Daarin staat echt het laatste nieuws. Hierbij wordt wel opgemerkt dat het vervelend is dat dit blokje over andere tekst heen verschijnt, terwijl er links in beeld ruimte genoeg is.

Pagina 'Locatie Bruggertstraat'

Ook deze pagina is direct vanaf de homepage te bereiken. Elke locatie heeft zijn eigen website. In een rijtje staan deze op de homepage vermeld.

Respondenten zijn tevreden over het feit dat deze pagina begint met eerst wat algemene informatie over de locatie Bruggertstraat. Ook vinden zij het prettig dat meteen het adres met telefoonnummer in beeld staat. Eveneens wordt aangegeven dat de informatie die wordt aangeboden in de rechter frameset nuttige informatie is, die ook meteen in dit gedeelte van de pagina thuishoort. Zij geven aan tevreden te zijn over een aantal korte nieuwsberichten op de pagina, maar vinden opnieuw dat het te bont wordt gemaakt. De nieuwsfeiten lopen ellenlang door, zelfs nog met nieuws van vorig jaar. Volgens de respondenten is er niemand die daar nog op zit te wachten.

Over de vormgeving zeggen de respondenten dat de frameset boven in beeld erg mooi en handig wordt gevonden. Dat kan niet gezegd worden van de frameset die rechts in beeld staat. De informatie die gegeven wordt is goed, maar beter zou er gewerkt kunnen worden met buttons. De korte tekst eronder mag wel weggelaten worden. Dit komt dan meteen ten goede van de overzichtelijkheid, want respondenten vinden dat ze nu worden overladen met grote stukken tekst. Echt leuk is het niet om naar deze website te kijken, mede door het gebrek aan foto's.

Pagina 'Zit je nog in groep 8?'

Deze pagina is eveneens rechtstreeks te bezoeken vanaf de homepage. Hij is geschreven voor leerlingen die nu nog in groep acht zitten.

De respondenten vinden dit in het algemeen een erg leuke webpagina. Het verhaaltje van Ellen en Maartje wordt erg leuk gevonden, in tegenstelling tot dat stukje tekst over je geboortedatum. Bijna elke respondent geeft aan dat dit 'weetje' helemaal niet op deze website thuishoort. Het beetje informatie dat nu op de pagina vermeld wordt is goed, maar wel wordt gezegd dat er meer inhoud op deze pagina had mogen staan, bijvoorbeeld informatie over de middelbare school gekoppeld aan opleidingsniveaus.

Respondenten vinden dit veruit de leukste, vrolijkste en mooiste pagina die erbij zit. Het vele kleurgebruik heeft hier een groot aandeel in. Een enkele ouder geeft aan dat de afbeelding te kinderachtig is.

Pagina 'School in beweging'

Deze pagina is ook rechtstreeks vanaf de homepage bereikbaar.

Er wordt door de respondenten aangegeven dat er teveel tekst op deze pagina staat. Weer van die lange stukken tekst die maar blijven doorgaan. Daarbij zijn ze ontevreden over de inhoud van de stukjes. Teveel tekst is verouderd en daardoor helemaal niet meer interessant om te lezen.

Qua vormgeving vinden respondenten dit een leukere pagina dan veel andere pagina's op de website. Er wordt meer kleur gebruikt dan op veel andere pagina's, er staat meteen een leuke foto op van een jongen die op de kop aan een touw hangt en de letters van 'School in beweging' zijn zelf ook bewegende letters. Hier zijn respondenten tevreden over.

Navigatie van de website

Om de navigatie van de website te beoordelen, werden drie zoekopdrachten uitgevoerd.

Het antwoord op de eerste vraag, "Bij welke locaties kun je je aanmelden met een VMBO-T advies?", staat in één overzicht op de site weergegeven. Er is namelijk een link naar een kort overzicht van alle locaties. Deze button heet dan ook 'locaties'. Hier zie je van elke locatie een kleine afbeelding, met daarbij het adres, telefoonnummer en ook het onderwijsaanbod. Echter, respondenten leggen geen link tussen de button 'locaties' en het onderwijsaanbod. Zij zoeken in plaats daarvan per locatiesite, welke onderwijsvormen daar aangeboden worden. Dan nog blijkt dit een moeilijke opgave te zijn. Respondenten keren dan vaak een beetje geïrriteerd terug naar de homepage en beginnen te zoeken op de site. Ook dit levert niet veel gegevens op. Per toeval ontdekken zij dan soms het aanmeldingsformulier, waar het op te vinden is, of ze kijken toch bij de pagina waarop alle locaties staan vermeld en vinden dan het antwoord. Gemiddeld doen de respondenten hier ruim twee minuten over, wat veel te lang is.

Het antwoord op de tweede vraag, "Waar komt de naam 'Het Bonhoeffer College' vandaan?", is in principe ook makkelijk vindbaar, namelijk onder de link 'identiteit'. Hierin staan onder andere de missie en de visie van het Bonhoeffer College vermeld, evenals het logo en de oorsprong van de naam. Toch is ook deze opdracht voor veel respondenten een lastige. Veel respondenten zoeken op verschillende pagina's binnen de website, maar niet bij 'identiteit'. Vooral leerlingen weten niet goed welke lading aan informatie dit kopje dekt. De meeste respondenten beginnen dan ook maar gelijk te zoeken in de zoekmachine op de site. Echter, vaak is dit ook teleurstellend. Verschillende antwoordopties worden aangereikt, maar niet een keer staat het goede ertussen. Een aantal respondenten komt nu ook daadwerkelijk tot de conclusie dat het antwoord op deze vraag gewoon niet op de site staat. Diegenen die klikken op de button 'identiteit' vinden hun antwoord direct. Voor hen was dit een makkelijke opdracht. Gemiddeld kost het respondenten opnieuw ruim twee minuten tot zij het antwoord vinden, opnieuw veel te lang.

De laatste opdracht was duidelijk de makkelijkste. Wanneer gevraagd werd naar de tien sterke punten voor het Juniorcollege, werd direct de locatiesite van het Juniorcollege opgevraagd en de tien sterke punten zijn dan ook vrijwel meteen gevonden. De respondent doet hier gemiddeld twaalf seconden over, wat erg snel is.

5.3.2 Locatiefoldertjes

Het Bonhoeffer College heeft in totaal acht verschillende locatiefoldertjes. Van de Kuipersdijk bestaat er geen, maar van de Bruggertstraat en de Van der Waalslaan bestaan twee versies.

Het uiterlijk van de folder is steeds exact gelijk, alleen de inhoud verschilt per locatiefolder. Alle acht folders zijn bekeken, wel door verschillende respondenten. Allereerst zal het commentaar over de inhoud besproken worden en later het commentaar op de vormgeving.

Inhoud

De locatiefolder is bedoeld voor leerlingen. Van alle locatiefoldertjes is de tekst dan ook geschreven speciaal voor leerlingen. Respondenten gaven aan dat zij de tekst goed kunnen begrijpen. De folder van de Lijsterstraat daarentegen, is voor ouders geschreven. De Lijsterstraat is een locatie waar leerlingen VMBO kunnen doen, maar die daarbij wel extra zorg nodig hebben. Direct werd als commentaar gegeven dat er in de folder van de Lijsterstraat teveel moeilijke woorden staan. In de folder van het Mekkelholtspad, die wel voor leerlingen is geschreven, werd plotseling gesproken over MIG/MAG lassen, een begrip dat voor de beoordelaar compleet onbekend is en ook niet nader wordt toegelicht.

Over de folder van de Geessinkweg, de Wethouder Beversstraat en de Van der Waalslaan werd gezegd dat de inhoud erg leuk is. Er wordt leuk gesproken over leren op school en er staan leuke voorbeelden in de folder. Respondenten vinden het aan de folder van de Wethouder Beversstraat leuk dat er leerlingen aan het woord komen.

In het algemeen vinden de respondenten het belangrijk dat er duidelijk in de folder staat hoe je je bij het Bonhoeffer College kunt aanmelden.

Vormgeving

Door veel respondenten werd gezegd dat er wel wat meer foto's in de folder mogen en wat minder tekst. Het is namelijk wel in één keer een groot stuk tekst dat er staat, wanneer je de folder openslaat.

Ook op een aantal voorkantjes van de folder is wel wat aangemerkt. Er werd vaak gezegd dat het onduidelijk is dat de folder maar over één locatie gaat. Sommige respondenten denken in eerste instantie dat de folder over het hele Bonhoeffer College gaat, in plaats van over een specifieke locatie. Er werd gezegd dat dit beter op de voorkant moet worden aangegeven.

Ook is er commentaar gegeven op een aantal achterkantjes van de folder. In het geval van de Van der Waalslaan staat daar het adres, wat op zich goed is, maar één bladzijde ervoor staat het adres ook al. Bij de folder van de Bruggertstraat en het Mekkelholtspad wordt juist gezegd dat het niet mooi is dat niet alleen het adres op de achterkant staat, maar ook nog een stukje tekst dat eigenlijk bij het 'tekstgedeelte' hoort.

5.3.3 'Jouw nieuwe school'

Ook het boekje 'Jouw nieuwe school' werd op inhoud en vormgeving beoordeeld.

Inhoud

Het positieve commentaar dat over de inhoud gegeven werd, is dat het goed is dat de tekst voor kinderen niet te moeilijk, maar juist leuk is geschreven. Ook worden de stukjes waarin een aantal leerlingen kort iets vertellen erg gewaardeerd. Tevens is het goed dat de data van de Open Huis Dagen worden genoemd, gelijk als je het boekje openslaat en ook op de achterkant. Echter, op bladzijde 25 staan deze data ook. Dat wordt als teveel ervaren. Respondenten vinden het ook goed dat het adres van de website van het Bonhoeffer College in het boekje genoemd wordt, maar dit adres staat wel een beetje op een onduidelijke plek. Beter zou het zijn geweest om dit adres meteen op de voorkant van het boekje te zetten. Een laatste punt dat hier genoemd wordt, is dat respondenten het goed vinden dat alle vakken die je in de brugklas krijgt, opgesomd worden. Wel zeggen ze hierbij dat het rijtje er niet mooi uit ziet. Dit had wel 'strakker' gekund.

Een groot minpunt, dat door meerdere respondenten genoemd werd, is het ontbreken van een inhoudsopgave in het boekje. Respondenten vinden het aantal bladzijden in het boekje (27) net teveel om van voor naar achter door te moeten lezen, zonder te weten waar iets staat. Ook vinden ze dat er te vaak een opsomming van de locaties in staat. De ene keer met adressen, de andere keer met contactpersonen en dan weer alleen voor de Open Huis data. Al deze onderwerpen kunnen beter bij elkaar worden genomen, zodat er uiteindelijk één rij komt van alle locaties, voorzien van alle informatie die bij de locatie hoort.

Vormgeving

Respondenten vinden het leuk dat er zoveel foto's in het boekje staan. Dat maakt het voor hen leuk om te lezen. De voorkant spreekt ook meteen aan. Veel kleurgebruik wordt erg aantrekkelijk gevonden.

Toch werden er ook wel een aantal negatieve opmerkingen gemaakt over het boekje. Een opmerking die steeds opnieuw werd gemaakt, gaat over de 'balk' in het midden van elke bladzijde. Deze balk onderbreekt steeds het verhaal en respondenten vinden dit lastig met het lezen, zelfs irritant. In die balk staat steeds een kreet die met de school te maken heeft. Deze kreet is geschreven in een nogal 'slordig' lettertype. Respondenten gaven aan dit lettertype lelijk te vinden.

5.3.4 Open Huis Krant

De Open Huis Krant werd als enige middel niet specifiek op inhoud beoordeeld. Het ging nu meer om een beoordeling van het medium 'an sich'. Aan respondenten werd gevraagd om een eerste indruk te geven en om drie positieve en negatieve kenmerken op te noemen aan de krant. Ook werd aan hen gevraagd of zij de krant een goed middel

vinden om het Bonhoeffer College naamsbekendheid te geven. Tot slot werd gevraagd wat de respondent, met het bezoek van de Open Huis Dag, graag te weten wilde komen over de school.

Eerste indruk

De eerste indruk is nog bij niemand negatief. Iedereen vindt de krant mooi om te zien, opvallend en leuk. Wanneer de krant dan werd opengeslagen, werd de respondent meteen teleurgesteld. Van een mooie kleurrijke voorkant ziet hij alles nu alleen nog maar in het zwart/wit.

Positieve kenmerken

Respondenten vinden het goed dat er duidelijk in de krant staat hoe je je kunt aanmelden. Ook vinden zij het fijn dat je over elke locatie duidelijke informatie krijgt en dat er goede informatie wordt gegeven over de Open Huis Dagen.

Negatieve kenmerken

Zoals hierboven al werd gezegd, is het vooral de verandering van kleur op de voorkant naar zwart/wit binnenin, die bij veel respondenten meteen ergernis oproept. Bijna elke respondent noemde dit als het eerste negatieve kenmerk, gevolgd door het grote aandeel aan reclame in de krant. Dit riep bij veel respondenten irritatie op. Commentaar daarbij luidt: "Ik dacht dat dit een krant over het Bonhoeffer College was". Een laatste punt is dat op de middenpagina bijna alleen maar foto's staan. Dit vindt de respondent een beetje teveel van het goede. Liever ziet hij dan wat meer tekst en wat minder foto's.

Goed middel voor naamsbekendheid?

Drie respondenten gaven aan dat zij de krant een goed middel vinden, zij zouden zelfs geen ander middel kunnen bedenken. Echter, de meerderheid geeft aan dat het middel net zo goed als een folder of een soort flyer bij iedereen bezorgd kan worden. Dat hoeft dan maar uit een voor- en een achterkant te bestaan, met een aankondiging van de Open Huis Data erop. Dan bereik je volgens een aantal respondenten zelfs meer, want zoals sommigen zeiden: "Die krant verdwijnt bij mij gewoon, alsof het reclame is, in de prullenbak".

Wat wil de respondent te weten komen met het Open Huis bezoek?

De respondent is vooral geïnteresseerd in de leraren die werken op de school, welke vakken er worden gegeven, of je veel huiswerk krijgt en of er een mooi studiehuis op school aanwezig is.

5.4 Conclusies

Nadat is gebleken welke rol de verschillende communicatiemiddelen spelen in het keuzeprocess, is de zesde en laatste onderzoeksvraag opgesteld. Het gaat om de volgende vraag:

6. "In welk opzicht kunnen relevante communicatiemiddelen verbeterd worden?"

Nu namelijk bekend is welk communicatiemiddel welke rol speelt, werd het belangrijk geacht om van een aantal belangrijke of minder belangrijke middelen, te bekijken hoe deze inhoudelijk of qua vorm verbeterd konden worden.

Vier middelen zijn daarvoor in aanmerking gekomen, elk middel beoordeeld door negen respondenten. Het ging daarbij om de website, de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school' en de Open Huis Krant. De eerste drie middelen zijn beoordeeld, omdat deze onder de doelgroep het meest bekend zijn. De Open Huis Krant daarentegen, is juist in aanmerking gekomen omdat deze krant nauwelijks bekend was onder de doelgroep. Dit terwijl de krant in heel Enschede huis aan huis is verspreid.

De website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' zijn elk zowel op inhoud als op vormgeving beoordeeld. Daaruit kwam naar voren dat de respondenten in het algemeen erg tevreden zijn over de inhoud van de communicatiemiddelen. Wel

werd daarbij gezegd dat men niet erg werd uitgenodigd om te beginnen met lezen, aangezien er vaak sprake is van grote stukken tekst, weinig afgewisseld met een illustratie of iets dergelijks. Over de vormgeving waren de respondenten wat minder tevreden. De opmerking die het meest gemaakt werd, gaat vaak over de lay-out van de middelen. Veel communicatiemiddelen ogen 'slordig' en weinig gestructureerd. Dit komt vaak voort uit het feit dat er met verschillende lettertypes, lettergroottes, kleuren etc. wordt gewerkt.

De Open Huis Krant is niet op inhoud beoordeeld. Bij deze krant ging het er juist om dat het middel 'an sich' beoordeeld werd. Op de Open Huis Krant hebben de respondenten in eerste instantie niets aan te merken. Ze zien de krant liggen en vinden deze mooi, opvallend en kleurrijk. Dat spreekt hen wel aan. Wanneer de krant daarna wordt opengeslagen, zakt de waardering voor het communicatiemiddel meteen. De krant is daarna helemaal zwart/wit en dat vinden respondenten een stuk minder leuk om te lezen dan iets wat in kleur geschreven is. Wanneer ze dan ook nog eens tegen zoveel reclame aanlopen, begrijpen ze het doel van de krant niet meer. Een aantal respondenten vraagt zichzelf dan zelfs hardop af 'of dit wel een krant speciaal voor de school is'. Wanneer gevraagd wordt naar suggesties voor een ander soort communicatiemiddel, dan geven sommigen meteen aan dat een folder of flyer evengoed zou kunnen werken.

6. Conclusies

In dit hoofdstuk worden de conclusies besproken. In de voorgaande drie hoofdstukken kwamen ook al conclusies ter sprake, gericht op de deelvragen van het onderzoek. Nu wordt echter een conclusie geformuleerd op de probleemstelling van het onderzoek. Daarbij wordt, verderop in dit hoofdstuk, teruggekeken naar het model zoals dat in hoofdstuk twee tot ontwikkeling is gekomen. De probleemstelling luidde:

“Welke factoren bepalen de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne van een middelbare school?”

Na het beoordelen van de uitkomsten van het onderzoek, is duidelijk geworden dat de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne afhangt van meerdere factoren. Een eenduidig antwoord kan niet op deze vraag gegeven worden.

Wel is duidelijk geworden dat een aantal factoren een grote rol speelt in het schoolkeuzeproces, en daarmee ook in het bepalen van de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne van een middelbare school. Om een antwoord te kunnen geven op de probleemstelling, worden die factoren hieronder besproken.

Factor 1: Moderne middelen voor het leren

Voor leerlingen is het, wanneer hen gevraagd werd naar het oordeel over het Bonhoeffer College, het meest belangrijk dat de school beschikt over moderne leermiddelen. Dit kunnen bijvoorbeeld computers zijn, maar het kan ook gaan om de aanwezigheid van een studiehuis. Binnen dit criterium is het voor de leerlingen het meest belangrijk dat zij op school kunnen leren, dat zij zich goed kunnen ontwikkelen en dat er gebruik wordt gemaakt van leuke lesmethoden. Daarbij moet gedacht worden aan interactieve lesmethoden.

Ook voor ouders is het belangrijk dat de school beschikt over moderne leermiddelen, echter bij hen staat de kwaliteit van het onderwijs bovenaan. Binnen het criterium ‘moderne middelen’ vinden ouders het belangrijk dat het kind zich goed kan ontwikkelen, dat er gebruik wordt gemaakt van leuke lesmethoden en dat het kind enthousiast wordt gemaakt om te leren.

Factor 2: Kwaliteit van het onderwijs

Voor ouders is het veruit het belangrijkste dat de kwaliteit van het onderwijs goed is. Dit criterium stijgt ver boven de overige criteria uit, terwijl dit voor leerlingen helemaal niet belangrijk is.

Binnen het criterium ‘kwaliteit van het onderwijs’ vinden ouders het belangrijk dat er voldoende persoonlijke aandacht is voor het kind, dat er goed lesmateriaal voorhanden is en dat er vriendelijke docenten werken.

Factor 3: Schoolgebouw

Ook het oordeel over het schoolgebouw neemt bij de leerlingen een belangrijke plek in wanneer om het totaaloordeel over de middelbare school werd gevraagd, terwijl dit voor ouders juist helemaal niet belangrijk is.

Leerlingen vinden dat het schoolgebouw goed onderhouden moet zijn en dat het gebouw geordend moet zijn. Op dit moment zijn leerlingen niet volledig tevreden over de uitstraling van een aantal schoolgebouwen. Mogelijk doordat een aantal gebouwen redelijk verouderd is.

Factor 4: Sfeer op school

Voor leerlingen is het ook belangrijk dat er een goede sfeer op school heerst. Ouders letten hier in mindere mate op. Leerlingen vinden het erg belangrijk dat zij zich op hun nieuwe school thuis kunnen voelen. Daarnaast is het ook van belang dat leerlingen en leraren leuk met elkaar om gaan en dat leerlingen onderling leuk met elkaar om gaan.

Factor 5: Persoonlijke aandacht

Persoonlijke aandacht is voor ouders een erg belangrijke factor, maar voor leerlingen weer niet. Ouders letten er daarbij op dat er genoeg aandacht en zorg aan hun kind besteed wordt. Tevens vinden zij het belangrijk dat er voldoende individuele begeleiding voor de leerlingen bestaat.

Voor elke middelbare school is het belangrijk om op deze vijf belangrijke factoren hoog te scoren. Als de school op de belangrijkste factoren een zo hoog mogelijke score behaalt, mag namelijk verondersteld worden dat dit zich uit in het aantal leerlingen dat zich aanmeldt.

Het Bonhoeffer College haalt vooral een hoge score op de criteria sfeer op school en de kwaliteit van het onderwijs. Op nummer drie staat de score voor de moderne middelen. In dat opzicht doet het Bonhoeffer College het goed, omdat moderne middelen en kwaliteit van het onderwijs erg belangrijk worden gevonden.

De laagste score wordt behaald op het schoolgebouw. Zowel leerlingen en ouders vinden de meeste gebouwen van het Bonhoeffer College er niet mooi uitzien. Een aantal gebouwen lopen qua onderhoud redelijk achter en dit is jammer, omdat het oordeel over het schoolgebouw wel in enige mate samenhangt met het oordeel over de school.

Factor 6: De Open Huis Dag

De vijf genoemde factoren, en de score van het Bonhoeffer College hierop, zijn niet de enige factoren die de effectiviteit van een leerlingwerfcampagne bepalen. Ook op het gebied van communicatie spelen enkele factoren een rol, waaronder de Open Huis Dag.

De Open Huis Dag speelt voor zowel leerlingen als ouders een uitermate belangrijke rol. Ruim 80% van de respondenten geeft aan een Open Huis Dag te hebben bezocht. Nog eens ongeveer 60% van de respondenten zegt de keuze voor een bepaalde school niet te willen maken, eer de Open Huis Dagen van de school zijn bezocht.

Aan respondenten werd gevraagd wat zij van de Open Huis Dagen van het Bonhoeffer College vonden. Het bleek dat elke locatie van het Bonhoeffer College een erg hoge score behaalde voor deze dag. Hierdoor leek het of er inhoudelijk niets op de Open Huis Dagen viel aan te merken. Echter, de aankomend Stedelijk Lyceum leerlingen vonden de Open Huis Dag van het Bonhoeffer College aanmerkelijk saaier dan de leerlingen die wel naar het Bonhoeffer College gaan. Dit kan een gevolg zijn van het feit dat aankomend Stedelijk leerlingen hun keuze voor Het Stedelijk Lyceum achteraf recht willen praten en daardoor een negatievere score toekennen aan de Open Huis Dag van het Bonhoeffer College. Ook kan het zijn dat de Open Huis Dagen van Het Stedelijk Lyceum werkelijk boeiender waren. In dat geval zou het Bonhoeffer College deze dag boeiender kunnen maken door bijvoorbeeld een muziek- of dansoptreden te organiseren, of door bijvoorbeeld een soort wedstrijd te organiseren.

Factor 7: Goede communicatie op het juiste moment

Het Bonhoeffer College zet verschillende communicatiemiddelen in met betrekking tot de werving van leerlingen. Er is een onderverdeling te maken in 'wervingsactiviteiten' en 'voorlichtingsmiddelen'.

Lang niet iedereen is bekend met alle communicatiemiddelen die hierbij worden ingezet. Van de wervingsactiviteiten slaan de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia en het CD-opbergdoosje het beste aan. Van de voorlichtingsmiddelen zijn zowel bij de leerlingen als bij de ouders de website, de locatiefoldertjes en het boekje 'Jouw nieuwe school' het meest bekend.

Van de middelen die de respondent kent, werd ook gevraagd in welke mate hij gebruik maakt van het middel bij het kiezen tussen de middelbare scholen. Het blijkt dat zowel leerlingen als ouders de locatie-informatiegids en de locatiefolders het meest hebben gebruikt. Daarnaast maken leerlingen nog veel gebruik van 'Jouw nieuwe school' en ouders van de schoolgids. Opvallend is dat er zoveel gebruik wordt gemaakt van de locatie-informatiegids en de schoolgids, omdat deze middelen in principe pas worden uitgereikt op het moment dat de leerling in de brugklas zit. Mogelijk dat een aantal

respondenten al in het bezit zijn gekomen van het middel, doordat andere kinderen uit het gezin al bij het Bonhoeffer College op school zitten.

Nu dit bekend is moet ervoor gezorgd worden dat die bewuste middelen zo goed mogelijk worden afgestemd op de doelgroep, niet alleen qua vorm, maar ook qua inhoud. Er moet dan voor gezorgd worden dat die factoren die de doelgroep het meest belangrijk vindt, terug zijn te vinden in de communicatiemiddelen van de school.

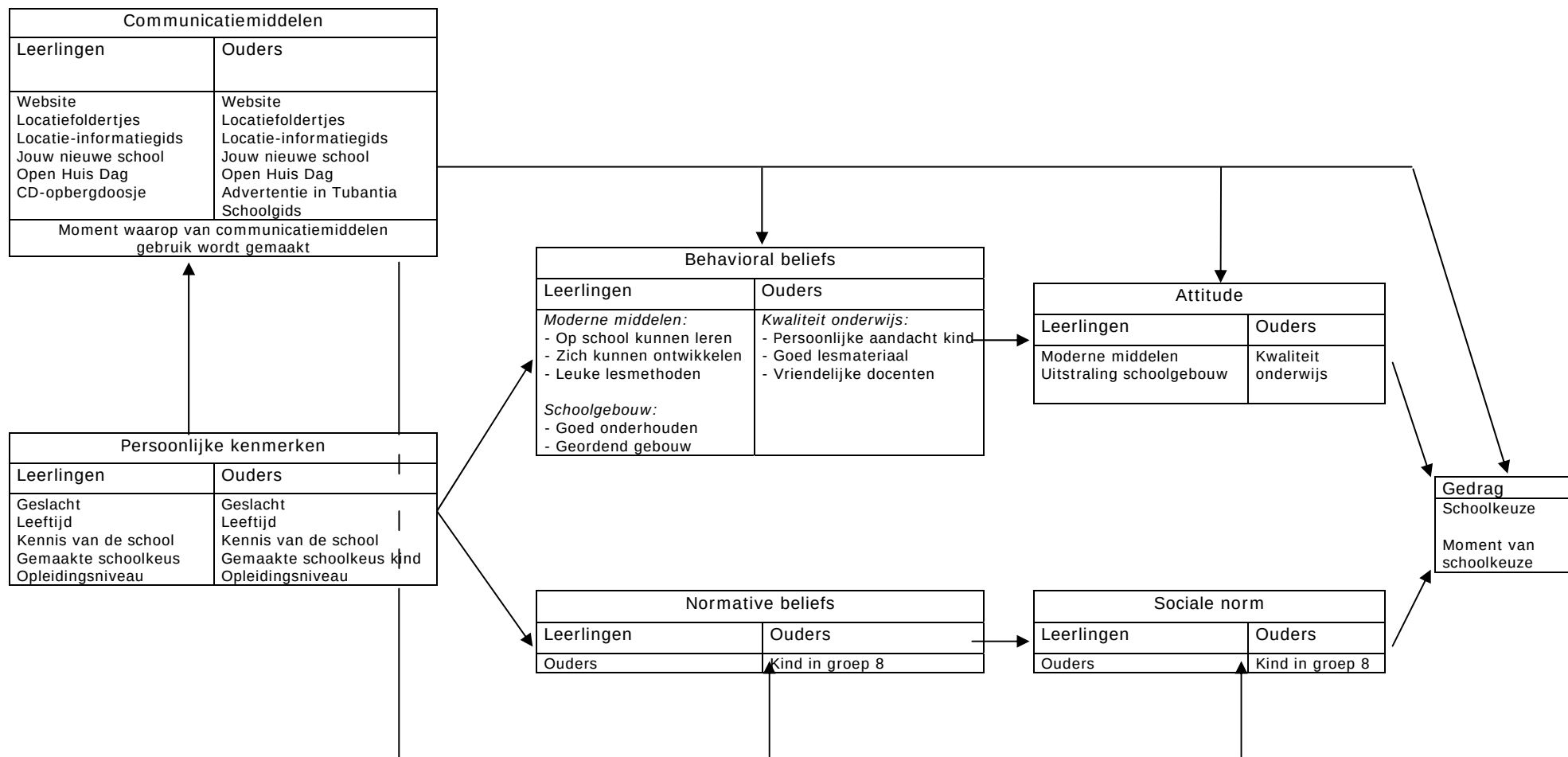
Niet alleen werd gekeken naar de rol die de verschillende communicatiemiddelen spelen bij het werven van leerlingen, maar ook werd gekeken naar het moment waarop de communicatie het beste kan worden ingezet. Daaruit bleek dat ongeveer een derde van de respondenten in groep zeven al weet naar welke middelbare school hij toe wil. Verondersteld wordt, dat dit de groep leerlingen en ouders is, bij wie van tevoren al vaststaat 'Als je op een protestantse/christelijke of rooms-katholieke school zit, dan ga je niet naar Het Stedelijk Lyceum, maar naar het Bonhoeffer College'. De richting van het onderwijs kan voor sommige leerlingen en ouders nog een bepalende rol spelen in het keuzeproces.

De meeste ondervraagden geven echter aan dat de keuze wel degelijk in groep acht gemaakt wordt. Hier ligt dus nog een groot gebied aan leerlingen en ouders die mogelijk te 'beïnvloeden' zijn op het gebied van de schoolkeuze.

Op dit moment wordt de meeste communicatie ingezet in de maanden december, januari en februari. Daarbij zijn de Open Huis Dagen als het ware de 'hekkensluiter'. De Open Huis Dag in februari is zo ongeveer het laatste moment in het schooljaar waarop nog iets aan werving wordt gedaan. Toch weet bijna de helft van alle leerlingen (45%) na het bezoek aan de Open Huis Dag nog niet naar welke school hij wil. Op dat moment vallen de groep 8-leerlingen en ouders min of meer in een 'gat'. Vanuit het Bonhoeffer College wordt dan namelijk nauwelijks nog aan werving gedaan en de leden uit de doelgroep vinden dan nauwelijks nog bevestiging in hun vraag waarom zij voor het Bonhoeffer College zouden moeten kiezen. Doet een concurrerende school op dat moment nog wel veel aan werving van nieuwe leerlingen, dan kan dit net het laatste duwtje zijn dat de leerling nodig heeft, met als gevolg dat het Bonhoeffer College deze leerling misloopt.

Nu bekend is welke factoren het meest belangrijk zijn voor zowel leerlingen als ouders, kan het evaluatiemodel voor de leerlingwerfcampagne, zoals dat in hoofdstuk twee gepresenteerd werd, aangepast worden aan deze uitkomsten. In figuur 6.1 wordt het nieuwe, herziene evaluatiemodel voor de leerlingwerfcampagne afgebeeld.

Uit dit model is af te lezen welke communicatiemiddelen een belangrijke rol spelen in het keuzeproces voor de middelbare school en welke beliefs voor leerlingen en ouders belangrijk zijn voor het bepalen van de attitude ten opzichte van de middelbare school. Voor het Bonhoeffer College wordt hiermee duidelijk op welke criteria zo goed mogelijk moet worden ingespeeld in de communicatie. Tevens is het onderscheid tussen leerlingen en ouders zichtbaar geworden. Dit wijst erop dat het aanbieden van doelgroepspecifieke informatie zinvol kan zijn.



Figuur 6.1: Evaluatiemodel voor leerlingwerfcampagne (Grundel, 2005)

7. Aanbevelingen

In dit laatste hoofdstuk worden aanbevelingen gedaan voor het Bonhoeffer College. Rekening houdende met de belangrijke factoren voor het werven van leerlingen, wordt aangegeven op welke punten het Bonhoeffer College haar campagne kan verbeteren, met het oog op de werving van leerlingen. In dit hoofdstuk worden daartoe zeven aanbevelingen gedaan.

Aanbeveling 1

Uit het onderzoek is gebleken wat de belangrijkste schoolkeuzecriteria zijn. Bij het geven van een oordeel over de school, spelen bij de leerlingen vooral de moderne middelen van de school een belangrijke rol, evenals de uitstraling van het schoolgebouw. Voor ouders is vooral de kwaliteit van het onderwijs belangrijk. Hieruit komt goed naar voren dat leerlingen en ouders letten op verschillende criteria, horende bij de middelbare school.

De eerste aanbeveling heeft betrekking op die belangrijke schoolkeuzecriteria. De criteria, waarvan de leerlingen en ouders nu hebben aangegeven deze erg belangrijk te vinden, moeten zo goed mogelijk terugkomen in de communicatiemiddelen van de school. De doelgroep moet in de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College terug kunnen vinden dat de school beschikt over moderne communicatiemiddelen en dat er veel persoonlijke aandacht aan de leerling wordt besteed. Hoewel het schoolgebouw voor leerlingen een belangrijk criterium is, scoorde het Bonhoeffer College daarop het laagst. Uiteraard kun je niet 'zomaar' iets aan de uitstraling van je gebouw veranderen om meer leerlingen te trekken naar de school. Wel is het zo dat twee gebouwen van het Bonhoeffer College binnen afzienbare tijd tegen de vlakte gaan om plaats te maken voor de Scholingsboulevard. Naar de leerlingen kan dan gecommuniceerd worden dat, hoewel sommige gebouwen een wat verouderde uitstraling hebben, er wel degelijk aan gewerkt wordt om een aantal gebouwen te vervangen voor moderne en futuristische landschappen.

Aanbeveling 2

De tweede aanbeveling heeft betrekking op het feit dat leerlingen en ouders op verschillende aspecten van de middelbare school letten. Hierop kan in de communicatie meer worden ingespeeld. Van de communicatiemiddelen die het Bonhoeffer College momenteel gebruikt voor het werven van leerlingen, worden sommige middelen specifiek voor leerlingen en andere middelen specifiek voor ouders geschreven dan wel gebruikt. Toch lezen beide groepen veelal dezelfde informatie. Mooier zou het zijn om de doelgroep te segmenteren en als gevolg hiervan doelgroepspecifieke informatie in de communicatiemiddelen te presenteren.

De middelen die zich speciaal richten op ouders zijn de schoolgids, de locatie-informatiegids en de SOVO-brochure. Hierin zou specifiek in moeten worden gegaan op de kwaliteit van het onderwijs, waarbij vooral wordt stilgestaan bij de persoonlijke aandacht voor de leerling, de aanwezigheid van goed lesmateriaal en de vriendelijke docenten die er werken.

Communicatiemiddelen die zich specifiek richten op leerlingen zijn de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school', het spotje in de bibliotheek van Enschede en het CD-opbergdoozje. Hierin moet juist aandacht worden besteed aan informatie die voor de leerlingen van belang is, zoals de mogelijkheden voor de leerling om op school te leren, de leuke lesmethoden en de nieuwe gebouwen die straks in gebruik worden genomen.

Dan zijn er ook nog communicatiemiddelen die nu nog helemaal niet doelgroepspecifiek zijn ingericht. Daarbij gaat het om de website, de Open Huis Krant en de advertenties. De website is bij uitstek een medium dat geschikt is om informatie voor aparte doelgroepen aan te bieden. Omdat de school zoveel verschillende doelgroepen heeft, kan de bezoeker het beste meteen op de homepage al per doelgroep worden aangesproken. Een onderscheid kan dan het beste gemaakt worden in leerlingen van het Bonhoeffer College, aankomend leerlingen, ouders van leerlingen, personeel en overige

bezoekers. De advertentie voor de Open Huis Dagen en de Open Huis Krant is zowel voor leerlingen als ouders bedoeld. Beiden bezoeken deze dagen. Daarom is het zinvol om hierin informatie te zetten die zowel leerlingen als ouders aanspreekt.

Aanbeveling 3

Zoals het nu klinkt lijken alle middelen die zijn onderzocht, geschikt om voor het volgend schooljaar opnieuw in te zetten. Dat is echter niet het geval. Aanbevolen wordt om een aantal middelen volgend schooljaar niet meer op te nemen in de marketingcommunicatiemix.

De website, de locatiefoldertjes, de locatie-informatiegids, de schoolgids, het boekje 'Jouw nieuwe school', het CD-opbergdoosje en de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia scoren allen erg goed. De middelen zijn goed bekend en worden ook relatief veel gebruikt. De inzet van deze middelen moet derhalve gehandhaafd blijven.

Echter, er zijn ook middelen die nauwelijks opgemerkt worden. Daaronder vallen de advertenties in de Huis-aan-Huis krant, de Weekendkrant, het kerkblad 'Samenspraak' en de advertentie in 'De Koerier', een uitgave van de Stichting Katholiek Onderwijs Enschede. Ook het spotje in de bibliotheek wordt nauwelijks opgemerkt, evenals de sponsoring bij een aantal Enschedese voetbalclubs. De Open Huis Krant die bij iedereen in Enschede verspreid wordt, komt ook nauwelijks onder de ogen van de doelgroep terecht. Deze middelen dienen niet alleen ter bekendmaking van de Open Huis Dagen, maar dragen ook bij aan het vergroten van de naamsbekendheid van het Bonhoeffer College. Voor deze middelen wordt aanbevolen om, van het geld dat uitgespaard wordt met het schrappen ervan uit de marketingcommunicatiemix, een vervangend middel in te zetten.

Aanbeveling 4

De vierde aanbeveling heeft betrekking op dat nieuwe, vervangende communicatiemiddel. Door de bovengenoemde zeven communicatiemiddelen te schrappen uit de marketingcommunicatiemix, wordt een bedrag van ruim €9.400,- uitgespaard. De middelen die gehandhaafd blijven nemen samen een bedrag van ruim €78.000,- voor hun rekening, waarbij vooral de advertentie in de Twentsche Courant Tubantia, de website, de locatie-informatiegids en de schoolgids grote kostenposten vormen. Met bijna tienduizend euro kan een gedegen middel worden ontworpen en ingezet om te voorzien in het vergroten van de naamsbekendheid en het bekendmaken van de Open Huis Dagen. Een middel dat daarvoor goed in aanmerking komt, is een flyer waarop de Open Huis Dagen per locatie worden aangekondigd. Aanbevolen wordt om de flyer zo te ontwerpen dat het verschillende formaten aan kan nemen. Op die manier kan de flyer in bijvoorbeeld A5-formaat huis aan huis verspreid worden om de Open Huis Dagen aan te kondigen, in A4 formaat zou de flyer geplaatst kunnen worden als de advertentie in de Tubantia en in posterformaat zou de flyer dienst kunnen doen als ontwerp van een driehoeksbord dat rondom lantaarnpalen, overal in Enschede, kan worden geplaatst. Op die manier kan het Bonhoeffer College op een eenduidige manier bekend maken dat de Open Huis Dagen eraan zitten te komen. Tevens wordt, door de verspreiding van flyers en het plaatsen van driehoeksborden gewerkt aan de naamsbekendheid.

Aanbeveling 5

Omdat vooral de Open Huis Dag de mogelijkheid biedt om een kijkje in de school te nemen, wordt het oordeel over de school vaak hier gevormd. Met dit gegeven moet goed rekening worden gehouden, aangezien leerlingen die nog twifelen, hun keuze voor een bepaalde school kunnen laten afhangen van de Open Huis Dag van de school. Belangrijk is dat de doelgroep, na het bezoek aan de Open Huis Dag, tevreden is over de moderne middelen die op school aanwezig zijn, over het schoolgebouw en over de kwaliteit van het onderwijs. Aanbevolen wordt om de bewegwijzering naar de studieruimte daarom goed aan te geven. Tevens moet het gebouw mooi worden aangekleed. Ook is er een belangrijke rol voor de leraren weggelegd, het contact met mogelijk aanstaande leerlingen moet namelijk zo goed mogelijk verlopen.

Aanbeveling 6

De zesde aanbeveling, gaat in op de periode waarin de communicatiemiddelen op dit moment worden ingezet. Eerder kwam al eens aan de orde dat er na de Open Huis Dagen nauwelijks nog iets aan werving van leerlingen gedaan wordt, terwijl er dan nog wel een grote groep is die de schoolkeuze nog niet gemaakt heeft. Op dit moment wordt het boekje 'Jouw nieuwe school' klassikaal uitgereikt aan groep 8-leerlingen, samen met het CD-opbergdoosje. Er werd opgemerkt dat leerlingen massaal het CD-opbergdoosje kennen, terwijl het boekje slechts bekend is bij 39.5% van de leerlingen. Mogelijk dat de aanblik van het CD-doosje ervoor zorgt dat er voor het boekje geen interesse meer bestaat. Het is daarom beter om deze twee wervingsmiddelen apart van elkaar aan te bieden. Een van de twee middelen kan het beste uitgereikt worden op een moment na de Open Huis Dag. Sommige leerlingen en ouders hebben mogelijk na de Open Huis Dagen nog bevestiging in de schoolkeuze nodig en in deze behoefte wordt dan op die manier voorzien.

Aanbeveling 7

De zevende en tevens laatste aanbeveling, heeft betrekking op de vier communicatiemiddelen die inhoudelijk zijn onderzocht; de website, de locatiefoldertjes, het boekje 'Jouw nieuwe school' en de Open Huis Krant. Van deze middelen werd aangegeven dat de inhoud erg leuk werd gevonden, maar er was wel commentaar op de vormgeving. Aanbevolen wordt om de communicatiemiddelen wat meer structuur te geven, zodat lezers duidelijke signalen krijgen over de plek waar zij bepaalde informatie kunnen vinden. Tevens wordt aanbevolen om de gedeeltes waar veel informatie achter elkaar wordt gepresenteerd, meer af te wisselen met foto's of andere illustraties. Op die manier wordt de lezer meer uitgenodigd om te lezen.

8. Reflectie & Discussie

In dit laatste hoofdstuk wordt nog in het kort kritisch teruggekeken op het onderzoek. In principe is het onderzoek naar tevredenheid verlopen. Er zijn echter een aantal punten waarvan achteraf gezegd kan worden, dat deze beter hadden gekund.

In het onderzoek dat nu is uitgevoerd, is alleen rekening gehouden met de primaire doelgroep. Steeds werd aan groep 8-leerlingen en ouders gevraagd naar de belangrijkste criteria, naar de rol die de communicatiemiddelen spelen en naar het beoordelen van enkele communicatiemiddelen. Met de secundaire doelgroep is in geen enkel opzicht rekening gehouden. Terugkijkend kan verondersteld worden dat bijvoorbeeld ook leerlingen uit groep zeven al een oordeel kunnen hebben over het Bonhoeffer College, waarmee rekening moet worden gehouden. Ook is gebleken dat, bij het inhoudelijk laten beoordelen van enkele communicatiemiddelen, ook personeelsleden van het Bonhoeffer College hierover wel een bepaalde mening hebben. Ook hiermee is in het onderzoek geen rekening gehouden, terwijl het ondervragen van deze personen ongetwijfeld ook een schat aan informatie kan opleveren.

Op het moment dat begonnen werd met het verwerken van de gegevens uit de vragenlijst, kwam aan het licht dat een aantal zaken over het hoofd zijn gezien. Er is bijvoorbeeld niet letterlijk aan de respondent gevraagd wie nu de eigenlijke schoolkeuze maakt, terwijl achteraf wel nieuwsgierigheid naar die vraag bestaat.

Ook werd van drie momenten in het schooljaar gevraagd of de keuze voor de middelbare school vóór dat moment al gemaakt was. De laatste van deze drie vragen luidde of de keuze voor de middelbare school al was gemaakt, voordat de uitslag van de Cito-toets binnenkwam. Achteraf is het jammer dat niet meer gevraagd is, wanneer de respondent uiteindelijk de keuze gemaakt heeft, omdat er nog een behoorlijke groep leerlingen en ouders overbleef die aangaf ook vlak voor de uitslag van de Cito-toets nog niet te weten naar welke school zij wilden.

Als de schoolkeuze dan nog niet bekend was, kon dit natuurlijk betekenen dat de keuze tussen één van de Bonhoeffer College locaties nog niet gemaakt was, of dat de keuze tussen bijvoorbeeld het Bonhoeffer College en Het Stedelijk Lyceum nog niet gemaakt was. Jammer genoeg is deze vraag niet aan respondenten gesteld en is het antwoord hierop achteraf niet meer te achterhalen.

Toch bieden de gegevens, die het onderzoek nu heeft opgeleverd, ook al een behoorlijk inzicht in de score van het Bonhoeffer College, evenals de kosten en opbrengsten van een aantal communicatiemiddelen.

Voor vervolgonderzoek is het interessant om meer middelen te laten beoordelen. Nu moest een selectie gemaakt worden en is gekozen voor de externe middelen, omdat niet elk middel aan bod kon komen. Echter, het PR & communicatiebudget wordt natuurlijk niet alleen gevormd door de externe communicatiemiddelen, maar ook door bijvoorbeeld interne middelen of het laten drukken van noteblocs. Interessant zou het zijn om ook van de interne communicatiemiddelen te achterhalen in hoeverre deze bijdragen aan een zo goed mogelijke informatiestroom en daarmee een zo goed mogelijke besteding van het budget.

Het Bonhoeffer College wil met een aantal communicatiemiddelen die gebruikt worden, proberen de naamsbekendheid van de school te vergroten. Nog maar een paar jaar geleden is het Bonhoeffer College gefuseerd uit het vroegere Ichthus en het Jacobuscollege. In Enschede zijn deze namen nog erg bekend, terwijl misschien lang niet iedereen van het Bonhoeffer College heeft gehoord. Interessant is het om te beoordelen hoe de nieuwe naam van de school uitwerkt op de doelgroep, of om na te gaan in hoeverre de naam van de school gedragen wordt door de reputatie die het Ichthus en het Jacobuscollege hebben opgebouwd.

Met deze afstudeeropdracht is een voorstel gedaan om de huidige marketingcommunicatiemix te verbeteren. Wanneer deze verbeteringen worden doorgevoerd in de organisatie, zou een mogelijkheid voor vervolgonderzoek kunnen zijn om over een of twee jaar een aantal nieuwe en oude communicatiemiddelen door de doelgroep te laten beoordelen. Op die manier kan bekeken worden of de doorgevoerde veranderingen een verbetering zijn.

Literatuur

1. Ajzen, I., & Madden, Th.J. (1986). Prediction of goal directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453 – 474.
 2. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179–211.
 3. Akkerboom, H., & Luiten, A. (2001). *Selecting pretesting tools according to a model of questionnaire development, with illustrations concerning patient satisfaction with medical care*. Heerlen: CBS.
 4. Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Research in Personality*, 25, 285–301.
 5. Besturen scholen VO Utrecht, BCVO, CVO en Stivko en Gemeente Utrecht (2002). *Opinie-onderzoek Schoolkeuzemotieven Utrecht*. Rapport. Utrecht, Nederland: Bureau CVO.
 6. Boef-Van der Meulen, S., & Herweijer, L.J. (1992). *Schoolkeuze en scholenplanning in het basisonderwijs*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
 7. Boer, J. de (1987). *Oog voor de doelgroep: marketing voor welzijns- en andere non-profit organisaties*. Tweede druk. Deventer: Van Loghum.
 8. Brinkman, J (1994). *De vragenlijst*. Groningen: Wolters Noordhoff.
 9. Clampitt, P.G. (2002). "The questionnaire approach". In O. Hargie, & D. Tourish (Red.), *Handbook of communication audits for organisations*. Second edition (p. 45–65). New York: Routledge.
 10. Conner, M., & Armitage, C.J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28 (15), 1429–1464.
 11. Converse, J.M., & Presser, S. (1986). *Survey questions. Handcrafting the standardized questionnaire*. London: Sage Publications.
 12. CRM & Marketing Centre (2005). Definitie van de campagne. Opgehaald op 24-03-2005 van <http://www.crm-marketing-centre.nl/main.asp?ChapterID=2102>
 13. Derriks, M., Kat, E. de, & Deckers, P. (1995). *Schoolkeuzemotieven van kinderen bij de overgang bo/vo*. Amsterdam: SCO-Kohnstamm Instituut.
 14. Dickson, D. (2002). "The focus group approach". In O. Hargie, & D. Tourish (Red.), *Handbook of communication audits for organisations*. Second edition (p. 85–103). New York: Routledge.
 15. Dieli, M. (1986). *Designing successful documents: an investigation of document evaluation methods*. [Dissertatie]. Pittsburgh: Carnegie-Mellon University.
 16. Dienst Onderzoek en Statistiek Gemeente Amsterdam (2003, januari). *Schoolkeuzemotieven*. Opgehaald op 23-02-2005 van www.dos.amsterdam.nl/nieuws/10075
 17. Emans, B. (1990). *Interviewen. Theorie, techniek en training*. Derde druk. Groningen: Wolters-Noordhoff.
 18. Engelenburg, B. van (2001). "Summatieve evaluatie". In P.J. Schellens, R. Klaassen, & S.J. de Vries (Red.), *Communicatiekundig ontwerpen. Methoden, perspectieven en toepassingen* (p. 119–142). Assen: Koninklijke Van Gorcum.
 19. Fink, A. (1995a). *The survey kit 2. How to ask survey questions*. London: Sage Publications.
 20. Fink, A. (1995b). *How to design surveys*. London: Sage Publications.
 21. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Mass.: Addison Wesley.
 22. Floor, J.G.M., & Raaij, W.F. van (1998). *Marketingcommunicatiestrategie. Reclame / Public Relations / Sponsoring / Promoties / Direct Marketingcommunicatie / Winkelcommunicatie / Persoonlijke Verkoop / Beurzen en Tentoonstellingen / Geïntegreerde communicatie*. Derde druk. Groningen: Stenfert Kroese.
 23. Geest, T.M. van der (2001). *Web site design is communication design*. Amsterdam: Benjamins.
-

24. Gemeentelijke Gezondheidsdienst. Opgehaald op 20-06-2005 van http://www.ggd.nl/kennisnet/uploaddb/downl_object.asp?atoom=26989&VolgNr=57
25. Gorp, H. van, & Scheeren, J. (2003). De werking van sponsoring. *Sponsor Academic*, 3, 1 – 8.
26. Graaf, H. van de, & Hoppe, R. (1996). *Beleid en politiek. Een inleiding tot de beleidswetenschap en de beleidskunde*. Derde druk. Bussum: Coutinho.
27. Groot, A.D. de (1946). *Het denken van den schaker*. [Dissertatie]. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
28. Hargie, O., & Tourish, D. (2002). *Handbook of communication audits for organisations*. Second edition. New York: Routledge.
29. Herweijer, L., & Vogels, R. (2004). *Ouders over opvoeding en onderwijs*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
30. Heuvelman, A., & Gutteling, J.M. (2001). *Psychologie*. Derde druk. Amsterdam: Boom.
31. Jong, M.D.T. de (2004). *Scenario-evaluatie van gemeentelijke websites: de ontwikkeling en toepassing van een expertgericht evaluatie-instrument*. Enschede: Universiteit Twente, Afdeling Communicatiewetenschap.
32. Jong, M.D.T., Lentz, L., Elling, S., & Schellens, P.J. (2004). *Scenario-evaluatie van gemeentelijke websites. De ontwikkeling en toepassing van een expertgericht evaluatie-instrument*. [Rapport]. Utrecht: Universiteit Utrecht, Afdeling Communicatiewetenschap.
33. Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1996). *Plus-en-minmethode: groepsgewijs of individueel?: de waarde van de groepsvariant van de plus-en-minmethode, als alternatief voor de standaard plus-en-minmethode met individuele interviews*. [Rapport]. Enschede: Universiteit Twente, Faculteit Wijsbegeerte en Maatschappijwetenschappen, Vakgroep Toegepaste Taalkunde.
34. Jong, M.D.T. De, & Schellens, P.J. (2001). "Formatieve evaluatie". In P.J. Schellens, R. Klaassen, & S.J. de Vries (Red.), *Communicatiekundig ontwerpen. Methoden, perspectieven en toepassingen* (p. 100–118) . Assen: Koninklijke Van Gorcum.
35. Kanters, H.W., & Wieberdink, L.A.M. (1990). *Pretesten van schriftelijk voorlichtingsmateriaal. Een handleiding voor de praktijk*. Assen: Van Gorcum.
36. Klaassen, R. (2004). *Voorlichtingskundig ontwerpen. De totstandkoming van Postbus 51-campagnes*. [Proefschrift]. Enschede: Universiteit Twente.
37. Klare, G.R. (1963). *The measurement of readability*. Ames: Iowa State University.
38. Kotler, P., & Fox, K.F.A. (1995). *Strategic marketing for educational institutions. Second edition*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
39. Labaw, P.J. (1982). *Advanced questionnaire design*. Second edition. Cambridge, Mass.: Abt Books.
40. Maso, I., & Smaling, A. (1990). *Objectiviteit in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom.
41. Meegeren, P. van (1999). "De planning van instrumentele communicatie". In C. van Woerkum, & P. van Meegeren (Red.), *Basisboek communicatie en verandering* (p. 226–247). Amsterdam: Boom.
42. Millar, R., & Gallagher, M. (2002). "The interview approach". In O. Hargie & D. Tourish (Red.), *Handbook of communication audits for organisations*. Second edition, (p. 66–84). New York: Routledge.
43. Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (2004). Schoolkeuzevrijheid; veranderingen in betekenis en reikwijdte. Opgehaald op 23-02-2005 van <http://www.minocw.nl/brief2k/2004/doc/6827.pdf>
44. Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (2005). Maatwerk voor morgen. Het perspectief van een open arbeidsmarkt. Opgehaald op 19-05-2005 van <http://www.minocw.nl/lerarenbeleid/maatwerk/10.html>
45. Most, G. van der (2003). *Business-to-business onderzoek. Het hoe en waarom*. Amsterdam: Secretariaat MarktOnderzoekAssociatie.
46. Nielsen, J. (1999). *Designing web usability*. Indianapolis: New Riders.

47. Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R.N. Bostrom (Red.), *Communication Yearbook 8* (p. 61–72). Beverly Hills: Sage Publications.
 48. Plaats.nl (2005). Opgehaald op 10-03-2005 van [http://plaats.nl/?Enschede Overijssel&mpl_component=-1&mpl_containerParam=-1¬set=1&community=335&nset=1](http://plaats.nl/?Enschede%20Overijssel&mpl_component=-1&mpl_containerParam=-1¬set=1&community=335&nset=1)
 49. Raaij, W.F., Antonides, G., & Oppedijk van Veen, W.M. (1999). *Product en consument*. Tweede druk. Utrecht: Lemma.
 50. Regering.nl (2005). Meer praktijk in het VMBO. Opgehaald op 20-04-2005 van http://www.regering.nl/actueel/nieuwsarchief/2005/04April/11/0-42-1_42-57999.jsp
 51. Riel, C.B.M. van, Stroecker, N.E., & Maathuis, O.J.M. (1998). Measuring corporate images. *Corporate reputation review*, 1, 313-326.
 52. Rossiter, J.R., & Percy, L. (1997). *Advertising communications & promotion management. Second edition*. Boston: Mc Graw-Hill.
 53. Scholingsboulevard Enschede (2005). Betekenisvol onderwijs als basis voor een succesvolle toekomst. Opgehaald op 27-04-2005 van <http://scholingsboulevard.netcreators.nl/index.php?id=41>
 54. Swanborn, P.G. (1994). *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Zesde druk. Meppel: Boom.
 55. Versloot, A.M. (1990). *Ouders en vrijheid van onderwijs: schoolkeuze in de provincie Utrecht*. De Lier: Academisch boekcentrum.
 56. VU Medisch Centrum Amsterdam (2005). Reality. Not TV. Opgehaald op 19-05-2005 van http://www.vumc.nl/communicatie/nieuws/OdH_archief/hoopte9703/kort.html
 57. Wenger, M.J., & Spyridakis, J.H. (1989). The relevance of reliability and validity to usability testing. To make sense of the beast that would produce such complexity. In: *IEEE Transactions on professional communication*, 32, 265 – 271.
 58. Witziers, B., & Groot, I.N. de (1993). Concurrentie tussen scholen: een onderzoek naar de marketingmiddelen die scholen inzetten om hun concurrentiepositie te verbeteren en de wettelijke context waarbinnen scholen concurreren. [Rapport]. Enschede: Universiteit Twente, Onderzoek Centrum Toegepaste Onderwijskunde.
 59. Woerkum, C.M.J. (1987). *Massamediale voorlichting: een werkplan*. Amsterdam: Boom.
 60. Woerkum, C.M.J. van, & Kuiper, D. (1995). "Planning van voorlichting". In C.M.J. van Woerkum & D. Kuiper (Red.). *Voorlichtingskunde, een inleiding*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
 61. Woerkum, C. van (1999). "De mediakeuze". In C. van Woerkum, & P. van Meegeren (Red.). *Basisboek communicatie en verandering* (p. 152–173). Amsterdam: Boom.
 62. Woerkum, C. van, & Meegeren, P. van (1999). *Basisboek communicatie en verandering*. Amsterdam: Boom.
 63. Wouw, B.A.J. van der (1994). *Schoolkeuze tussen wensen en realiseringen. Een onderzoek naar verklaringen voor veranderingen in schoolkeuzepatronen vanuit het perspectief van (etnische) segregatie*. Beek Ubbergen: Tandem Felix.
 64. Zee, H. van der (1979). *Het vraaggesprek als instrument bij praktijkonderzoek. Leren door te vragen: hoe doe je dat?* Amsterdam: Boom.
-



Bijlagen bij de scriptie

Auteur: Anne Grundel

Opdrachtgever: Bonhoeffer College

Datum: 26 augustus 2005

Afstudeercommissie: Rob Klaassen & Sjoerd de Vries

Inhoudsopgave bijlagen

Bijlage 1: Interview voor leerlingen	3
Bijlage 2: Interview voor ouders	7
Bijlage 3: Uitwerkingen open vraag van het interview	11
Bijlage 4: Vragenlijst voor leerlingen	29
Bijlage 5: Vragenlijst voor ouders	41
Bijlage 6: Wijze waarop communicatiemiddelen zijn getest	55
Bijlage 7: Lijst van plussen en minnen, per communicatiemiddel	67

Bijlage 1: Interview voor leerlingen



Interview onder leerlingen Criteria die bepalend zijn in het schoolkeuzeprocess

Door: Anne Grundel
Afstudeeronderzoek in opdracht van: Universiteit Twente
Opdrachtgever: Bonhoeffer College
Datum:

Interview onder leerlingen

Criteria die bepalend zijn in het schoolkeuzeprocess

Datum interview:..... Locatie &

Plaats:.....

Leerling/Ouder:.....Geslacht:.....

Geloofsovertuiging: katholiek/protestants/hervormd/islamitisch/niet gelovig/anders, nl. ...

Ik ken het Bonhoeffer College niet/een beetje/redelijk/goed.....

Ik ben van plan om te gaan naar

☐ Het AOC Oost

☐ Het Greijdanus College

☐ Het Bonhoeffer College, locatie.....

☐ Het Stedelijk Lyceum, locatie.....

☐ Anders, nl.....

Ik ben van plan om te kiezen voor de richting

☐ Praktijkonderwijs

☐ VMBO-TL

☐ VMBO-BBL

☐ HAVO

☐ VMBO-KBL

☐ VWO

☐ VMBO-GL

☐ Anders, nl.....

Introductie

Goedemorgen. Mijn naam is Anne Grundel en ik wil graag beginnen om de bedoeling van dit interview uit te leggen. Voor het Bonhoeffer College voer ik een onderzoek uit. Het Bonhoeffer College is een middelbare school in Enschede met een groot onderwijsaanbod. Je kunt er onder andere VMBO, HAVO en VWO volgen.

Met dit interview wil ik graag te weten komen welke dingen je belangrijk vindt, als je een keuze gaat maken voor een middelbare school. Het gaat om jouw mening. Je kunt alles opnoemen wat je belangrijk vindt en waar je op let als je een middelbare school gaat kiezen.

Ik heb in totaal aan zestig groep 8-leerlingen en ouders gevraagd of ze mee willen werken aan het onderzoek en daar ben jij er een van. De leerlingen en ouders komen van een paar verschillende basisscholen. Dat jij in deze groep bent beland, is toeval.

Ik ga je zo meteen een paar vragen stellen. Daarbij wil ik je vragen om een zo eerlijk mogelijk antwoord te geven. De antwoorden die je geeft, schrijf ik meteen op. Als ik jouw antwoorden heb verwerkt, zullen ze vernietigd worden. Niemand zal dus ooit te weten komen, wat jij nu zegt. Het interview zal ongeveer een kwartiertje duren.

Als je vragen hebt, stel ze dan gerust.

Dan beginnen we nu met het interview. Voordat ik je vraag naar de dingen die voor jou een belangrijke rol spelen bij het maken van de keuze voor een middelbare school, zou ik graag eerst wat achtergrondgegevens van je willen weten. Uiteraard worden ook deze gegevens na de verwerking ervan vernietigd.

→ Welk advies kreeg je van de basisschool?

→ Weet je al naar welke school je gaat?

→ Ken je het Bonhoeffer College goed, redelijk, een beetje of niet?

→ Wat is bij jou thuis de geloofsovertuiging?

Gesprek

Dan beginnen we nu met de eerste vraag.

“Zou je alle redenen kunnen noemen die je hebt (gehad), toen je een keuze moest maken voor een middelbare school?”

[illegible]

Doorvraagsuggesties:

1. De vraag nog een keer herhalen
2. De vraag verduidelijken:
 - a. Nu zou ik je dus willen vragen om alle dingen die je belangrijk vindt, bij het maken van een keuze voor een middelbare school, op te noemen. Het mag echt van alles zijn. Het gaat om jouw eigen mening.
 - b. Dus wat spreekt je aan als je gaat kiezen voor een middelbare school?
 - c. Heb je al gekozen voor een middelbare school? Was dat een bewuste keuze?
3. Als respondent al enkele criteria noemt: antwoorden van de respondent herhalen of samenvatten.
4. Slotvraag: Weet je zeker dat dit alles is? Of zijn er nog meer dingen waar je op let? Denk er rustig nog even over na.

Goed. Dan heb ik voor de tweede vraag zelf een lijstje gemaakt. Misschien zijn er namelijk nog wel meer dingen die voor jou een rol spelen als je een keuze maakt voor een middelbare school. Het kan zijn dat je een of meerdere van de dingen die ik zo opnoem, net al hebt genoemd. Zou je dan nog een keertje willen zeggen hoe belangrijk het voor jou is? Ook kan het zijn dat geen een van de dingen die ik opnoem, voor jou belangrijk is. Dit kun je allemaal aangeven. Opnieuw wil ik je vragen om zo eerlijk mogelijk te zeggen wat je denkt. Niemand zal daar ooit iets van te weten komen. Ik noem steeds iets wat met de middelbare school te maken heeft en jij kunt zeggen hoe belangrijk jij het vindt. Daarvoor geef ik je nu vier kaartjes. Op elk kaartje staat een antwoordmogelijkheid. Bij het beantwoorden kun je steeds kijken welk kaartje het beste past bij het antwoord dat jij wilt geven. Je kunt antwoorden met:

Dat is voor mij onbelangrijk (1)

Dat is voor mij belangrijk (3)

Dat is voor mij niet zo belangrijk (2)

Dat is voor mij heel belangrijk (4)

Je kunt steeds een van deze vier antwoorden geven. Als je het antwoord echt niet weet, dan mag je dat ook zeggen.

Tabel 1: Schoolkeuzecriteria bij leerlingen

Schoolkeuzecriteria	Score				Weet niet
Hoe dicht ik bij de school woon	1	2	3	4	
De buurt waarin de school ligt	1	2	3	4	
De communicatie van de school, dus boekjes, folders, site etc.	1	2	3	4	
De sport en culturele bezigheden van een school	1	2	3	4	
De verhalen van anderen over de school	1	2	3	4	
De Open (Huis) Dagen van de school	1	2	3	4	
Waar ik zelf graag naartoe wil	1	2	3	4	
Waar mijn ouders vinden dat ik naartoe moet gaan	1	2	3	4	
Waar vrienden/vriendinnen van mij naartoe gaan	1	2	3	4	
Het aantal niet-Nederlanders op de school	1	2	3	4	
De sfeer op school	1	2	3	4	
De moderne middelen die de school heeft voor het leren	1	2	3	4	
Hoe het schoolgebouw eruit ziet	1	2	3	4	
Het aantal leerlingen op de school	1	2	3	4	
Of ik denk dat het onderwijs goed is	1	2	3	4	
De godsdienst van de school	1	2	3	4	
Of ik de opleiding helemaal af kan maken op de school	1	2	3	4	
Waar mijn broer/zus naar school gaat	1	2	3	4	

Dit is het einde van het interview. Dank je wel voor je medewerking!

Bijlage 2: Interview voor ouders



Interview onder ouders Criteria die bepalend zijn in het schoolkeuzeprocess

Door: Anne Grundel
Afstudeeronderzoek in opdracht van: Universiteit Twente
Opdrachtgever: Bonhoeffer College
Datum:

Interview onder ouders

Criteria die bepalend zijn in het schoolkeuzeprocess

Datum interview:..... Locatie &

Plaats:.....

Leerling/Ouder:.....Geslacht:.....

Geloofsovertuiging: katholiek/protestants/hervormd/islamitisch/niet gelovig/anders, nl. ...

Ik ken het Bonhoeffer College niet/een beetje/redelijk/goed.....

Mijn kind is van plan om te gaan naar

☐ Het AOC Oost

☐ Het Greijdanus College

☐ Het Bonhoeffer College, locatie.....

☐ Het Stedelijk Lyceum, locatie

☐ Anders, nl.....

Mijn kind is van plan om te kiezen voor de richting

☐ Praktijkonderwijs

☐ VMBO-TL

☐ VMBO-BBL

☐ HAVO

☐ VMBO-KBL

☐ VWO

☐ VMBO-GL

☐ Anders, nl.....

Introductie

Goedemorgen. Mijn naam is Anne Grundel en ik wil graag beginnen om de bedoeling van dit interview uit te leggen. Voor het Bonhoeffer College voer ik een onderzoek uit. Het Bonhoeffer College is een middelbare school in Enschede met een groot onderwijsaanbod. Je kunt er onder andere VMBO, HAVO en VWO volgen.

Met dit interview wil ik graag te weten komen welke dingen u belangrijk vindt, als uw kind van het basisonderwijs naar het voortgezet onderwijs gaat. Het gaat om uw mening. U kunt alles opnoemen wat u belangrijk vindt en waar u op let als u een middelbare school gaat kiezen.

Ik heb in totaal aan zestig groep 8-leerlingen en ouders gevraagd of ze mee willen werken aan het onderzoek en daar bent u er een van. De leerlingen en ouders komen van een paar verschillende basisscholen. Dat u in deze groep bent beland, is gebaseerd op toeval.

Ik ga u zo meteen een paar vragen stellen. Daarbij wil ik u vragen om een zo eerlijk mogelijk antwoord te geven. De antwoorden die u geeft, schrijf ik meteen op. Als ik uw antwoorden heb verwerkt, zullen ze vernietigd worden. Niemand zal dus ooit te weten komen, wat u nu zegt. Het interview zal ongeveer een kwartiertje duren.

Als u vragen heeft, stel ze dan gerust.

Dan beginnen we nu met het interview. Voordat ik u vraag naar de dingen die voor u een belangrijke rol spelen bij het maken van de keuze voor een middelbare school, zou ik graag eerst wat achtergrondgegevens van u willen weten. Uiteraard worden ook deze gegevens na de verwerking ervan vernietigd.

→ Welk advies kreeg uw kind van de basisschool?

→ Weet u al naar welke school uw kind gaat?

→ Kent u het Bonhoeffer College goed, redelijk, een beetje of niet?

→ Wat is bij u thuis de geloofsovertuiging?

Gesprek

Dan beginnen we nu met de eerste vraag.

“Zou u alle redenen kunnen noemen die u hebt (gehad), toen u en uw kind een keuze moesten maken voor een middelbare school?”

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Doorvraagsuggesties:

1. De vraag nog een keer herhalen
2. De vraag verduidelijken:
 - a. Nu zou ik u dus willen vragen om alle dingen die u belangrijk vindt, bij het maken van een keuze voor een middelbare school, op te noemen. Het mag echt van alles zijn. Het gaat om uw eigen mening.
 - b. Dus wat spreekt u aan als u gaat kiezen voor een middelbare school?
 - c. Heeft uw zoon of dochter al gekozen voor een middelbare school? Was dat een bewuste keuze?
3. Als respondent al enkele criteria noemt: antwoorden van de respondent herhalen of samenvatten.
4. Slotvraag: Weet u zeker dat dit alles is? Of zijn er nog meer dingen waar u op let? Denk er rustig nog even over na.

Goed. Dan heb ik voor de tweede vraag zelf een lijstje gemaakt. Misschien zijn er namelijk nog wel meer dingen die voor u een rol spelen als u een keuze maakt voor een middelbare school. Het kan zijn dat u een of meerdere van de dingen die ik zo opnoem, net al hebt genoemd. Zou u dan nog een keer willen zeggen hoe belangrijk het voor u is? Ook kan het zijn dat geen een van de dingen die ik opnoem, voor u belangrijk is. Dit kunt u allemaal aangeven. Opnieuw wil ik u vragen om zo eerlijk mogelijk te zeggen wat u denkt. Niemand zal daar ooit iets van te weten komen. Ik noem steeds iets wat met de middelbare school te maken heeft en u kunt zeggen hoe belangrijk u het vindt. Daarvoor geef ik u nu vier kaartjes. Op elk kaartje staat een antwoordmogelijkheid. Bij het beantwoorden kunt u steeds kijken welk kaartje het beste past bij het antwoord dat u wilt geven. U kunt antwoorden met:

Dat is voor mij onbelangrijk (1)

Dat is voor mij belangrijk (3)

Dat is voor mij niet zo belangrijk (2)

Dat is voor mij heel belangrijk (4)

U kunt steeds een van deze vier antwoorden geven. Als u het antwoord echt niet weet, dan mag u dat ook zeggen.

Tabel 1: Schoolkeuzecriteria bij ouders

Schoolkeuzecriteria	Score				Weet niet
Hoe dicht mijn kind bij de school woont	1	2	3	4	
De buurt waarin de school ligt	1	2	3	4	
De communicatie van de school, dus boekjes, folders, site etc.	1	2	3	4	
De sport en culturele bezigheden van een school	1	2	3	4	
De verhalen van anderen over de school	1	2	3	4	
De Open (Huis) Dagen van de school	1	2	3	4	
Waar mijn kind zelf graag naartoe wil	1	2	3	4	
Waar ik vind dat mijn kind naartoe moet gaan	1	2	3	4	
Waar vrienden/vriendinnen van mijn kind naartoe gaan	1	2	3	4	
Het aantal niet-Nederlanders op de school	1	2	3	4	
De sfeer op school	1	2	3	4	
De moderne middelen die de school heeft voor het leren	1	2	3	4	
Hoe het schoolgebouw eruit ziet	1	2	3	4	
Het aantal leerlingen op de school	1	2	3	4	
De kwaliteit van het onderwijs	1	2	3	4	
De godsdienst van de school	1	2	3	4	
Of mijn kind de opleiding helemaal af kan maken op de school	1	2	3	4	
Waar andere kinderen van mij naar school toe gaan	1	2	3	4	

Dit is het einde van het interview. Dank u wel voor uw medewerking!

Bijlage 3: Uitwerkingen open vraag van het interview

Interview 1

Respondent 1 is een leerling van de katholieke basisschool De Hunenborg te Hengelo. Belangrijke criteria bij de schoolkeuze zijn voor hem, in volgorde waarin hij ze noemde:

- Zijn zus zit ook op de school waar hij naartoe wil.
- Hij heeft twee keer de Open Dagen bezocht en vond beide keren erg leuk.
- Er moeten leuke leraren zijn op de middelbare school.
- De middelbare school moet niet te groot zijn, dan is er veel onderling contact.
- Hij wil dicht bij de middelbare school wonen.

Interview 2

Respondent 2 is ook een leerling van De Hunenborg. Belangrijke criteria bij de schoolkeuze zijn voor haar, in volgorde waarin zij ze noemde:

- De lesstof moet interessant zijn.
- Het gebouw moet niet te groot zijn, maar liever overzichtelijk.
- Ze kent iemand die naar dezelfde school gaat en dat is wel zo leuk.

Interview 3

Respondent 3 is een ouder van een groep 8-leerling aan de Hunenborg. Deze ouder let op een aantal criteria bij het maken van de keuze voor de middelbare school:

- Kleinschaligheid.
- Bereikbaarheid.
- Of de leerlingen er zelfstandig leren te werken. Daar schijnt vooral de OSG Montessori in Hengelo bekend om te staan en dat maakt deze school voor deze moeder interessant.
- Haar kind moet naar een school gaan waar in ieder geval niet meer dan 50% allochtonen op school zit.
- Er is een team van jonge leerkrachten en dat spreekt haar wel aan.

Interview 4

Respondent 4 is een leerling van de protestants/christelijke basisschool Het Kompas in Hengelo. Deze leerling let vooral op de volgende criteria:

- De middelbare school moet dichtbij huis zijn.
- De leraren moeten het liefst allemaal aardig zijn.
- Er moet een goede fietsenstalling zijn (de fiets van deze leerling was een week geleden gestolen).

Interview 5

Respondent 5 is ook een leerling van Het Kompas. Hij heeft een aantal criteria waar hij op let bij het maken van de keuze voor de middelbare school:

- De school moet goed bekend staan.
- Hij moet er veel kunnen leren.
- Er moeten goede computers aanwezig zijn.
- Het moet een moderne school zijn.
- Hij vindt het ook erg belangrijk wat zijn ouders vinden van de middelbare school.
- Ook wil hij naar een school waar je goed met de docent kan praten als er iets is.

Interview 6

De zesde respondent komt eveneens van Het Kompas. Ook hij heeft een aantal punten die voor hem belangrijk zijn:

- Hoe de gymzaal eruit ziet, want hij houdt veel van sport.
 - Welke vakken je krijgt. Het Twickel in Hengelo is de enige school waar je ook Spaans kunt volgen en niet alleen maar Latijn en Grieks. Dat spreekt hem wel aan.
 - Hij kent al leerlingen van het Twickel en zij zeggen dat het daar erg leuk is.
 - Hij heeft de Open Dag bezocht en vond het erg leuk.
-

Interview 7

Respondent 7 is afkomstig van de openbare basisschool Drienermarke in Hengelo. Deze leerling komt eigenlijk niet verder dan te zeggen dat het advies van zijn ouders allesbepalend is geweest.

Interview 8

Respondent 8 is ook een leerling van de Drienermarke. Hij heeft wel een rijtje met criteria die voor hem belangrijk zijn:

- Zijn vrienden uit de klas gaan naar dezelfde middelbare school als hij.
- Hij heeft gehoord dat er op het OSG Montessori (waar hij naartoe wil) goede leraren zijn.
- De school is niet te groot, dat spreekt hem wel aan.
- Hij denkt dat ze op het OSG veel aandacht voor elke leerling hebben.

Interview 9

Respondent 9 is eveneens een leerling van de Drienermarke. Hij heeft een aantal punten genoemd die voor hem belangrijk zijn:

- Er moet een mogelijkheid zijn om op school te leren, want thuis hebben ze geen computer.
- De boeken moeten leuk zijn.
- Het materiaal moet leerzaam zijn.
- Er moeten aardige leraren zijn.
- Hij wil graag in een leuke klas terecht komen en denkt dat dat op de Grundel wel zo zal zijn.
- Hij wil naar een school waar ze niet discrimineren en pesten.

Interview 10

De tiende respondent is ook een leerling van de Drienermarke. Deze leerling gaat naar het OSG Woolder Meent. Hij let op het volgende:

- Ik wil daar goede cijfers kunnen halen.
- Ik vind het het leukste om te werken met mijn handen, dus daarom wil ik ook graag naar een school waar ze daar veel tijd aan besteden.
- De school moet er leuk uitzien.

Interview 11

De elfde respondent is de laatste ondervraagde leerling van de Drienermarke. Hij heeft een aantal criteria genoemd:

- Hij wil graag naar een rustige, kleine school.
- Hij kent veel aardige kinderen die naar dezelfde middelbare school toe gaan.
- Hij heeft veel goede dingen over het Twickel (de school van zijn keuze) gehoord.
- Hij vond de Open Dag erg leuk.
- De leraren deden op de Open Dag ook allemaal heel erg aardig.
- De school moet er leuk uitzien.

Interview 12

Respondent 12 is een ouder van een groep 8-leerling van de Drienermarke. Deze moeder gaf het volgende aan:

- De belangrijkste reden om voor de Bataafse Kamp te kiezen, is omdat haar oudste dochter daar ook naar school toe gaat.
- Haar jongste dochter was het met deze beslissing eens.
- Ze is daarom niet eens meer naar de Open Dag geweest (en voelde zich daar nu toch wel enigszins schuldig over).

Interview 13

Respondent 13 is eveneens een ouder van een groep 8-leerling van de Drienermarke. Criteria die voor haar een rol hebben gespeeld, zijn de volgende:

- Bereikbaarheid.
-

- Denominatie.
- Goede ervaringen met de oudste zoon.
- De sfeer op school.
- De school staat bekend als een goede school.

Interview 14

Respondent 14 is ook een ouder van een groep 8-leerling die naar de Drienermarke gaat. Zij gaf twee redenen op die voor haar een doorslaggevende rol hebben gespeeld bij het maken van de keuze voor een middelbare school:

- De leraren moeten goed les geven.
- De leraren moeten te vertrouwen zijn en aan de bel trekken wanneer zij denken dat er iets aan de hand is met hun kind.

Interview 15

Respondent 15 is een ouder van de katholieke De Hunenborg. Zij noemde een behoorlijk aantal criteria die voor haar een rol hebben gespeeld:

- Hoe de school bekend staat.
- De wijze van lesgeven.
- De verhouding autochtoon/allochtoon, waarbij er niet meer dan de helft van de kinderen allochtoon mag zijn.
- Zij wil een duidelijk beeld van wat er van haar kind verwacht wordt.
- Zij wil ook van tevoren weten in hoeverre ouders betrokken worden bij zaken die spelen op de school.
- Het 'creatieve' van het kind moet op de middelbare school tot uitdrukking kunnen komen.
- Verhalen van anderen spelen voor haar een grote rol.
- Er moet voldoende persoonlijke aandacht zijn voor haar kind.

Interview 16

Respondent 16 is wederom een ouder van de Drienermarke. Deze vader hecht een groot belang aan de volgende zaken:

- Het advies van de leerkracht van groep acht.
- Waar het kind zelf graag naar toe wil.

Interview 17

Respondent 17 is een ouder van een groep 8-leerling van Het Kompas. Hij geeft de volgende criteria op:

- Zijn oudste zoon zit ook op de Grundel, dus zijn dochter moet daar dan ook naar toe.
- De Grundel is ook dichtbij hun huis.
- Veel vriendinnen van zijn dochter gaan ook naar de Grundel toe.

Interview 18

Respondent 18 is ook een ouder van een groep 8-leerling van Het Kompas. Deze moeder noemde het eerste punt als het meest zwaarwegende punt:

- Zij heeft al vier kinderen die naar de Grundel zijn gegaan. Haar vijfde kind gaat nu dus automatisch ook naar de Grundel.
- Ze wil trouw blijven aan de school.
- Ze kent inmiddels wel zo'n beetje alle leraren daar en het bevalt haar allemaal goed.

Interview 19

Respondent 19 is eveneens een ouder van een leerling van Het Kompas. Zij geeft aan de volgende criteria te hebben:

- Ze let op de informatievoorziening die de middelbare school haar aanbiedt.
 - Ze wil weten waar haar kind zelf graag naartoe wil.
-

- Ze let ook op de manier van lesgeven. Haar dochter gaat naar de Grundel. Die staat bij haar bekend als een school met 'strak' onderwijs. Het Montessori, dat veel aandacht besteedt aan zelfstandig werken, vindt deze moeder maar niks. Haar zoon heeft 'een schop onder zijn kont' nodig.
- De sfeer op school moet goed zijn.

Interview 20

Respondent 20 is een ouder van een groep 8-leerling van de Drienermarke. De ouder let op de volgende punten:

- Kleinschaligheid van de school.
- Ze heeft gekozen voor het Twickel, want deze school staat niet dicht in de buurt van andere middelbare scholen in Hengelo. Op die manier kan haar zoon buiten de spanningen die leven onder jongeren blijven.
- Ze heeft goede verhalen gehoord over het Twickel.

Interview 21

Respondent 21 is een leerling van de katholieke basisschool St. Plechelmus te Hengelo. Deze respondent let op de volgende criteria:

- De school moet mooie lokalen hebben.
- De school moet niet te groot zijn, maar juist overzichtelijk.
- De school moet aandacht besteden aan creativiteit van de leerlingen.

Interview 22

Respondent 22 is ook een leerling van de St. Plechelmus. Deze leerling geeft ook aan dat drie criteria voor hem erg belangrijk zijn:

- De methodes die bij het lesgeven worden gebruikt.
- De school moet er niet saai uitzien.
- Hij heeft van veel andere leerlingen gehoord dat het een leuke school is en hij kent een paar vrienden die ook naar het OSG Montessori gaan.

Interview 23

Respondent 23 is een ouder van een groep 8-leerling van de St. Plechelmus. Deze ouder let op een behoorlijk aantal criteria:

- Het belangrijkste is wat haar zoon zelf wil.
- Open Dag bezoek was echter ook zeer belangrijk.
- Op het Twickel wordt meer aandacht besteed aan muziekles dan op andere scholen.
- Creativiteit wordt op het Twickel erg belangrijk gevonden. Dat vindt deze moeder zelf ook erg belangrijk.
- Veel kinderen bij haar zoon uit de klas gaan ook naar het Twickel.
- Manier van lesgeven staat haar wel aan.
- De school staat goed bekend.
- Sfeer op school.

Interview 24

Respondent 24 is ook een ouder van een groep 8-leerling van de St. Plechelmus. Zij let voornamelijk op de volgende punten:

- De kleinschaligheid van de school.
- Of leraren en overig personeel vriendelijk overkomt.
- De manier van lesgeven.
- Waar haar dochter zelf graag naar school toe wil.
- Open Dag bezoek was heel belangrijk.

Interview 25

Respondent 25 is een leerling van de katholieke basisschool De Paulus in Enschede. Deze leerling let op een aantal punten bij het kiezen voor de middelbare school:

- Hij wil op de school goed kunnen leren.
-

- Vrienden van hem gaan ook naar het Stedelijk Lyceum.
- Hij heeft de Open Dag bezocht. Dat vond hij erg belangrijk.
- Op de Open Dag heeft hij ook de leraren ontmoet. Hij vond de leraren erg aardig en ze leken hem niet te streng.
- Hij heeft van een paar andere jongens gehoord dat het Stedelijk, locatie Kottenpark, een hele goede school is.
- De school ziet er erg mooi en nieuw uit.
- De school liet steeds merken dat ze niet aan pesten meedoen en dat vindt hij erg belangrijk.

Interview 26

Respondent 26 is ook een leerling van de Paulusschool. Zij gaat naar het AOC en let daarbij op de volgende zaken:

- Ze wil op school met dieren kunnen werken.
- Ze heeft de Open Dag bezocht en de school leek haar erg leuk.
- Op school worden veel praktijklessen gegeven en dat vindt zij erg belangrijk.
- Er zitten al veel vriendinnen van de manege op het AOC en dat vindt zij erg belangrijk.

Interview 27

Respondent 27 is eveneens een leerling van de Paulusschool. Zij heeft zich aangemeld voor het Stedelijk Lyceum, locatie Kottenpark. Zij let daarbij op de volgende dingen:

- Het Kottenpark heeft bijzondere lesmethodes. Je krijgt dan geen werk mee naar huis, maar doet alleen werk op school.
- Zij heeft samen met haar moeder de Open Dagen bezocht en ze vonden het er allebei erg mooi en vernieuwend uitzien.
- Je kunt de hele dag in 1 klas blijven zitten.
- Het Kottenpark staat het dichtst van alle scholen bij haar huis.
- Ze dacht dat het Kottenpark een school is die veel persoonlijke aandacht aan de leerlingen besteedt.

Interview 28

Respondent 28 is een leerling van de Paulusschool. Zij heeft zich aangemeld bij het Bonhoeffer College, locatie Bruggertstraat. Op de volgende dingen let zij:

- Er zitten daar niet teveel kinderen bij elkaar in de klas.
- De school is niet te groot.
- Ze denkt dat er daardoor veel persoonlijke aandacht voor de leerling is.
- Op de Bruggertstraat werken volgens haar veel leuke leraren.
- Er zitten daar al veel kinderen op school die ze kent.
- Bij het Kottenpark moet je huiswerk maken op school en leren op school. Op het Bonhoeffer College hoeft dat niet en daarom heeft ze voor de laatste gekozen.

Interview 29

De laatste leerling van de Paulusschool, respondent 29, heeft zich aangemeld bij het Stedelijk Lyceum, locatie Zwering. Hij heeft zijn keuze bepaald aan de hand van drie criteria:

- Het niveau moet goed zijn voor hem.
- Hij heeft geluisterd naar wat zijn ouders belangrijk vinden.
- Zijn zus zit ook op die school, dus eigenlijk moest hij daar ook gewoon naar toe.

Interview 30

Respondent 30 is een leerling van de Bonifatiusschool in Enschede. Deze leerling gaat naar het Bonhoeffer College te Enschede. De belangrijke criteria zijn voor haar:

- De afstand van huis naar school is klein.
 - Ze heeft van anderen gehoord dat het een leuke school is.
 - Vriendinnen van haar gaan ook naar deze school.
 - De Open Dag vond ze erg leuk.
-

Interview 31

Respondent 31 is eveneens een leerlinge van de Bonifatiusschool te Enschede. Ook zij wil naar het Bonhoeffer College. Op de volgende punten heeft zij gelet:

- Haar vader en moeder hebben vroeger allebei op de Van der Waalslaan gezeten.
- Ze heeft eerst gedacht aan het Stedelijk Lyceum, locatie Kottenpark, maar vond dat de groepen daar te groot waren.
- Afstand maakt haar niet uit, het Kottenpark is dichterbij dan de Van der Waalslaan, maar ze kiest op basis van verhalen van haar ouders.

Interview 32

Ook respondent 32 is een leerlinge van de Bonifatiusschool. Zij kiest voor het Stedelijk Lyceum, Kottenpark. De redenen daarvoor zijn:

- In de school ziet alles er erg leuk uit.
- Er zijn daar goede voorzieningen voor het leren.
- De leraren leken haar allemaal erg aardig.
- Ze kent andere meisjes die ook naar het Kottenpark gaan.

Interview 33

Respondent 33 is een leerling van de Bonifatiusschool. Ook hij kiest voor het Stedelijk Lyceum, locatie Kottenpark. De motieven hiervoor zijn de volgende:

- Er wordt veel aandacht besteed aan het concept 'zelfstandig leren'.
- Met 60 kinderen in 1 klas lijkt hem heel leuk.

Interview 34

Respondent 34 is ook een leerling van de Bonifatiusschool. Ook hij gaat naar het Stedelijk Lyceum, Kottenpark. De twee argumenten die hij daarvoor heeft, zijn de volgende:

- Het huiswerk kun je allemaal op school maken.
- De school ziet er erg modern uit.

Interview 35

Respondent 35 is een ouder van de Paulusschool. Deze ouder let op de volgende punten:

- Het belangrijkste is wat haar zoon zelf graag wil.
- Ze let ook erg op hoe de school zich rond de Open Dagen presenteert.
- Bij het nieuwe onderwijssysteem van het Kottenpark stelt deze ouder wel wat vraagtekens, maar haar zoon heeft haar ervan overtuigd dat hij het wel aankan.
- Blij dat het advies hoog is, want dan komt haar zoon minder snel in aanraking met allochtonen.

Interview 36

Respondent 36 is eveneens een ouder van de Paulusschool. Deze ouder geeft het volgende aan:

- Zijn dochter is erg begaan met dieren. De AOC is dan eigenlijk nog de enige school die voor haar in aanmerking komt.

Interview 37

Respondent 37 is ook een ouder van de Paulusschool. Deze moeder geeft aan de volgende motieven te hebben:

- Het Stedelijk Lyceum, locatie Zwering is een erg kleine school. Dat spreekt haar wel aan.
 - De leraren kennen dan elke leerling persoonlijk, persoonlijke aandacht is belangrijk.
 - De oudste dochter zit ook op het Zwering.
 - De Open Dag was daar erg leuk.
-

Interview 38

Respondent 38 is weer een ouder van de Paulusschool. Deze ouder heeft een redelijk aantal criteria:

- Het belangrijkste is wat haar dochter zelf vindt.
- Afstand → niet te ver.
- Grootte van de school → niet te groot.
- Niet teveel kinderen per klas.
- Niet teveel allochtonen op school.
- Er moeten aardige en deskundige leraren zijn.
- Open Dag was leuk.

Interview 39

Respondent 39 is de laatste ouder van de Paulusschool. Deze ouder let op het volgende:

- De middelbare school moet het liefst dichtbij huis zijn.
- De Open Dag was erg leuk.
- Het huiswerk wordt allemaal op school gemaakt en niet thuis.
- Zelfstandigheid wordt erg benadrukt.
- De grote klassen van het Kottenpark lijken nog niet echt fantastisch, maar dat wordt even aangekeken.

Interview 40

Respondent 40 is een ouder van de Bonifatiuschool. Deze ouder let op het volgende:

- De sfeer op school moet goed zijn.
- Er moeten leuke leraren zijn.
- Wat anderen zeggen over de school.
- Hoe de leraren omgaan met de kinderen.
- De school moet liefst een beetje dicht bij huis zijn.
- De Van der Waalslaan biedt, volgens deze ouder, een goede toekomst.

Interview 41

Respondent 41 is ook een ouder van de Bonifatiuschool. Deze ouder heeft de volgende criteria:

- Beide ouders hebben op de Van der Waalslaan gezeten. Ze zijn dus vertrouwd met de school.
- Goede naam van de school.
- Volgens deze moeder heerst er op de Van der Waalslaan een vrij strak regime en dat heeft haar dochter wel nodig.
- Het 'gewone' klassikale onderwijs, lijkt deze moeder beter dan de 60 leerlingen in 1 klas op het Kottenpark.
- Het lijkt haar dat er op het Kottenpark teveel zelfstandigheid van de leerlingen wordt gevraagd.

Interview 42

Respondent 42 is ook een ouder van de Bonifatius. Deze vader let op vier zaken:

- Wat zijn zoon zelf graag wil.
- De Open Dagen moeten leuk zijn.
- De sfeer op school moet goed zijn.
- Zestig leerlingen in een klas spreekt hem wel aan.

Interview 43

Respondent 43 is eveneens een ouder van de Bonifatius. De drie redenen die deze ouder had om voor het Kottenpark te kiezen, zijn de volgende:

- De pestkoppen uit de klas gingen naar de Van der Waalslaan, dus daar wilde hun zoon niet naartoe.
 - De school heeft goede regels.
 - Normen en waarden wordt ook wel wat aandacht aan besteed.
-

Interview 44

Respondent 44 is opnieuw een ouder van de Bonifatiuschool. De redenen waarom hun kind naar het Kottenpark gaat, zijn de volgende:

- Deze school is het dichtst bij huis.
- Deze moeder heeft daar zelf op gezeten.
- De Open Dag is erg goed bevallen.
- Vriendinnen van haar dochter gaan ook naar het Kottenpark.
- Wel twijfels over de groepen van 60 leerlingen, maar hun dochter kan dat wel aan.

Interview 45

Respondent 45 is een leerling van de protestants/christelijke basisschool Het Drakensteijn, locatie Vastertlanden. Deze leerling heeft de volgende motieven om naar de Van der Waalslaan te gaan:

- De school lijkt haar erg leuk.
- De leraren lijken haar erg aardig.
- Het ziet er gezellig uit.

Interview 46

Respondent 46 is eveneens een leerling van het Drakensteijn. Hij heeft een behoorlijk aantal criteria:

- De afstand van huis naar school moet niet te lang zijn.
- De school moet er van binnen leuk uitzien.
- De vakken die er zijn moeten leuk zijn.
- Hij kent al leuke kinderen die op de Van der Waalslaan zitten.
- Zij vond de leraren ook erg leuk.
- Niet alle scholen hebben gymnasium. Hij wilde niet naar Zuid, want daar zijn veel asociale kinderen. Ook wilde hij niet naar de Bruggertstraat, want dat is te ver.

Interview 47

Respondent 47 is ook een leerling van het Drakensteijn. Zij let op het volgende:

- De school moet niet te groot zijn.
- De school moet er leuk uitzien van binnen.
- Er worden leuke vakken gegeven.
- Het moet er niet stinken. De aula van de Bruggertstraat stonk heel erg tijdens de Open Dag.
- Ze kent leuke kinderen die ook naar het Juniorcollege van het Bonhoeffer gaan.

Interview 48

Respondent 48 is opnieuw een leerling van het Drakensteijn. Hij heeft op drie dingen gelet:

- Het is dichtbij huis.
- Zijn broer zit er ook op.
- Je kunt daar HAVO/VWO doen.

Interview 49

Respondent 49 is de laatste leerling van het Drakensteijn die ondervraagd is. Zij let op het volgende:

- Er moet een gezellige sfeer op de school zijn.
- De kinderen die er naartoe gaan, moeten ook aardig zijn.
- De Open Dag was leuk.
- De leraren moeten leuk zijn.

Interview 50

Respondent is een ouder van de Drakensteijn school te Enschede. Deze ouder let op het volgende:

- De denominatie van de school.
-

- Kleinschaligheid van de school.
- Wat haar zoon zelf graag wil.

Interview 51

Respondent 51 is ook een ouder van de Drakensteijn. Deze moeder let op de volgende criteria:

- De school moet het liefst een beetje dicht bij huis zijn.
- Anderen hebben haar verteld dat de Van der Waalslaan een goede school is.
- Volgens haar heerst er op de Van der Waalslaan een redelijk strak regime, waar zij wel achter kan staan.
- Gelukkig zijn er op de Van der Waalslaan veel hoge opleidingen en niet veel VMBO, zodat er niet teveel allochtonen op de school zitten.

Interview 52

Respondent 52 is eveneens een moeder van een groep 8-leerling van de Drakensteijn. Deze moeder let op het volgende:

- De Geessinkweg is een kleine school. Daar gaat haar voorkeur ook naar uit.
- Wat haar dochter zelf graag wil.
- De Geessinkweg komt op haar over als een goed georganiseerde school.
- Op de Van der Waalslaan kregen moeder en dochter het idee 'verloren' te raken in de school.
- De Geessinkweg is lekker dicht bij huis.
- Familie van de moeder werkt op de Geessinkweg.
- De 'pestkoppen' uit groep acht van de Drakensteijn gingen naar een andere school, zodat haar dochter daar vanaf zou zijn.

Interview 53

Ook respondent 53 is een moeder van een groep 8-leerling van de Drakensteijn. Haar zoon gaat naar de Van der Waalslaan om de volgende redenen:

- Haar oudste twee zonen zijn ook naar de Van der Waalslaan gegaan.
- Verhalen van anderen over de Van der Waalslaan zijn erg positief.
- De Open Dag is haar goed bevallen.
- Denominatie van de school.
- De school is dichtbij huis.
- Wat haar zoon zelf graag wil.
- Deze moeder heeft zelf op het Stedelijk Lyceum gezeten vroeger en ze vond het daar vreselijk.
- Er zitten niet teveel allochtonen op de Van der Waalslaan.
- Er zijn niet van die grote klassen met 60 leerlingen.
- Huiswerk hoort gewoon thuis gemaakt te worden en niet op school.

Interview 54

Respondent 54 is eveneens een moeder van een groep 8-leerling van de Drakensteijn. Zij let op de volgende criteria:

- De Open Dag van de school.
- Het vakkenaanbod op de school. Zij heeft gekozen voor het Stedelijk Lyceum, omdat daar veel aandacht aan muziekles wordt besteed.

Interview 55

Respondent 55 is een leerling van de openbare basisschool de Anninksschool te Hengelo. Deze leerling vertelde dat hij als enige van de klas naar het Twickel gaat. De redenen hiervoor zijn:

- Zijn vader werkt op het Twickel.
 - De leraren zijn daar heel aardig.
 - Zijn vader zei dat het Twickel een hele creatieve school is en dat lijkt hem wel wat.
-

Interview 56

Respondent 56 is ook een leerling van de Anninksschool. Deze leerling wil naar het OSG Montessori. Hij heeft gelet op de volgende dingen:

- De sfeer op de school.
- De Open Dag vond hij erg leuk.
- Het personeel leek hem erg aardig.
- Afstand van huis naar school.

Interview 57

Ook respondent 57 is een leerling van de Anninksschool te Hengelo. Hij gaat naar een speciale school voor voortgezet onderwijs in Hengelo, de Arcade. De redenen hiervoor zijn de volgende:

- Hij heeft veel problemen op school met andere kinderen.
- Hij heeft extra hulp bij het leren nodig.
- Als je ruzie maakt met andere kinderen, krijg je daar op die school hulp voor.
- Hij wou graag naar het Twickel, want de sfeer leek hem daar leuk, maar dat mocht niet.
- De leraar van groep 8 zei dat hij beter op een klein schooltje kon beginnen en dat leek hem nu zelf ook wel beter.

Interview 58

Respondent 58 is eveneens afkomstig van de Anninksschool. Zij gaat naar het OSG Montessori, om de volgende redenen:

- Daar is de sfeer volgens haar wel goed.
- De leraren leken haar daar ook erg aardig.
- Afstand tot de school.

Interview 59

De laatste leerling van de Anninksschool gaat naar de Grundel. De redenen die zij daarvoor heeft zijn de volgende:

- De Grundel is niet zo groot, dus dat lijkt haar wel leuk.
- Veel vriendinnen van haar zitten al op de Grundel.
- Haar moeder heeft op de crisisopvang gewerkt en die heeft tegen haar gezegd dat er op de Grundel veel leuke kinderen zitten.
- Ze denkt dat er op de Grundel veel aardige leraren werken.
- De Open Dag vond ze erg leuk.
- Ze weet dat er Engels en Levensbeschouwing wordt gegeven en dat vindt ze erg leuke vakken.

Interview 60

Respondent 60 is een ouder van de Anninksschool te Hengelo. De volgende redenen heeft zij gehad toen zij ging kiezen voor de middelbare school:

- Haar oudste zonen zitten allebei op het Twickel.
- Er hangt een goede sfeer op het Twickel.
- Ze heeft meerdere Open Dagen bezocht, maar was toch het meest tevreden over het Twickel.

Interview 61

Respondent 61 is ook een ouder van de Anninksschool. Zij heeft een aantal criteria:

- Waar haar zoon zelf het liefste naartoe wil.
- Het OSG geeft les op HAVO-niveau en daar is niet veel VMBO. Dus zitten daar minder allochtonen op school.

Interview 62

Respondent 62 is eveneens een ouder van de Anninksschool. Deze vrouw is de moeder van een jongen die veel ruzie maakt in de klas:

- Haar zoon moest dus gewoon naar de Arcade, daar is veel persoonlijke aandacht voor de leerlingen.
- Ook heeft zij geluisterd naar de verhalen van anderen uit haar omgeving over welke school de beste school voor haar zoon is.

Interview 63

Respondent 63 is ook een moeder van een groep 8-leerling van de Anninksschool. Zij heeft op de volgende criteria gelet:

- Wat heeft de school te bieden qua opleiding.
- De sfeer op de school.
- De Open Dagen op de school.
- De leraren moeten aardig en vriendelijk zijn.
- Er moeten niet teveel allochtonen op de school zitten.

Interview 64

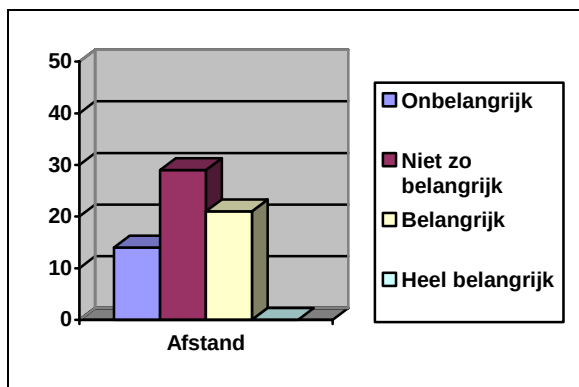
Respondent 64 is de laatste respondent. Deze vrouw is ook een moeder van een groep 8-leerling van de Anninksschool. Zij let op het volgende:

- Er moeten niet teveel leerlingen in 1 klas zitten.
- De klassen moeten niet te groot zijn.
- De sfeer op de school moet goed zijn.
- De school moet niet te ver van huis zijn.
- Een klasgenootje van haar dochter gaat ook naar de Grundel en dat vindt zij wel prettig.
- Wat haar dochter zelf graag wil.
- Er moeten liever niet teveel allochtonen op de school zitten, maar als het wel zo is, is het ook niet zo heel erg.

Aan de hand van grafieken zal weergegeven worden welke schoolkeuzecriteria, in welke mate, door de doelgroep belangrijk gevonden worden. Per item zullen de resultaten bekeken worden. Telkens wordt ook de gemiddelde score per item weergegeven. Daarbij staat 1 voor 'onbelangrijk', 2 voor 'niet zo belangrijk', 3 voor 'belangrijk' en 4 voor 'heel belangrijk'.

Afstand tot de school

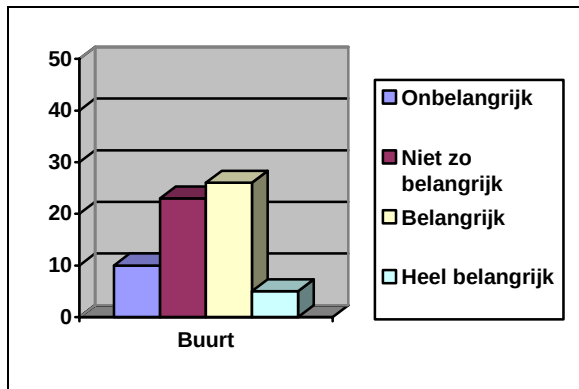
Afstand tot de school wordt door 43 respondenten als onbelangrijk dan wel niet zo belangrijk ervaren. Slechts een derde deel van de respondenten (21) vindt afstand tot de school belangrijk. Er is niemand die afstand tot de school heel belangrijk vindt. De gemiddelde score op afstand is 2.1, wat neerkomt op een gemiddeld oordeel van 'niet zo belangrijk'. De standaardafwijking hierbij is 0.74. In de grafiek komt dit er als volgt uit te zien:



Figuur 1: Afstand tot de school

Buurt waarin de school ligt

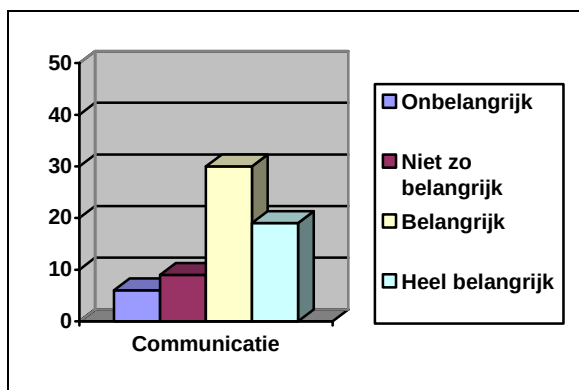
De buurt waarin de school ligt, wordt door het grootste deel van de respondenten als belangrijk ervaren. De meerderheid (40.6%) geeft aan dit een belangrijk criterium te vinden. De gemiddelde score op dit item is 2.4, met een bijbehorende standaardafwijking van 0.85. In de grafiek ziet dit er als volgt uit:



Figuur 2: Buurt waarin de school ligt

Communicatie van de school, zoals boekjes, folders, website

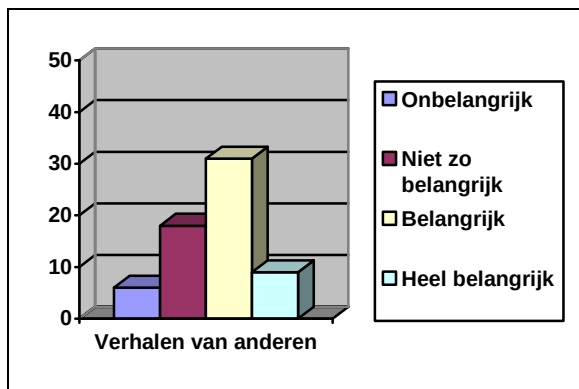
De communicatie van de school wordt een belangrijk onderdeel gevonden. Bijna de helft van alle respondenten geeft aan de communicatie belangrijk te vinden. Nog eens meer dan een kwart van de respondenten vindt dit onderdeel heel belangrijk. De gemiddelde score op dit item is 3.0 met een standaardafwijking van 0.91. De grafiek geeft deze resultaten overzichtelijk weer:



Figuur 3: Communicatie van de school

Verhalen van anderen over de school

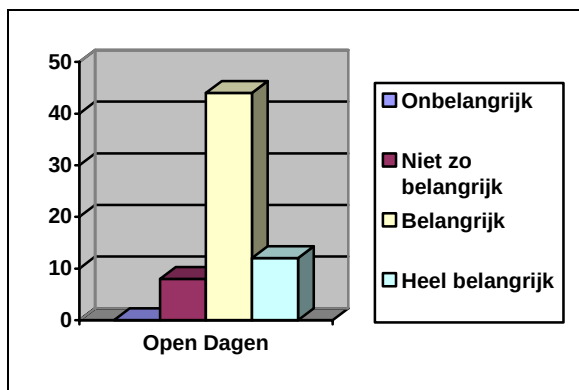
De verhalen van anderen over de middelbare school die het moet gaan worden, spelen een grote rol. Een ruime meerderheid van de respondenten vindt dit belangrijk, dan wel heel belangrijk. De gemiddelde score is 2.7 met een standaardafwijking van 0.84. Ook deze resultaten worden weergegeven in een grafiek.



Figuur 4: Verhalen van anderen over de school

De Open Dagen van de school

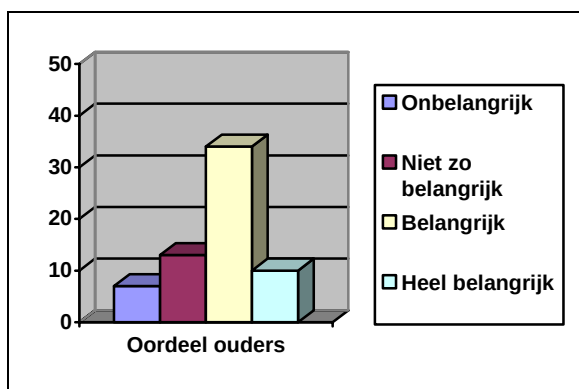
De Open Dagen worden door respondenten relatief gezien erg belangrijk gevonden. Er wordt door niemand gezegd dat de Open Dagen onbelangrijk zijn. Daarnaast geeft slechts 12,5% van de ondervraagden aan de Open Dagen niet zo belangrijk te vinden, wat een opvallende score is. De gemiddelde score van belangrijkheid voor de Open Dagen is 3.06 met een standaardafwijking van 0.56. De grafiek die hierbij hoort, wordt gepresenteerd:



Figuur 5: Open Dagen van de school

Waar ouders vinden dat leerling naar toe moet gaan

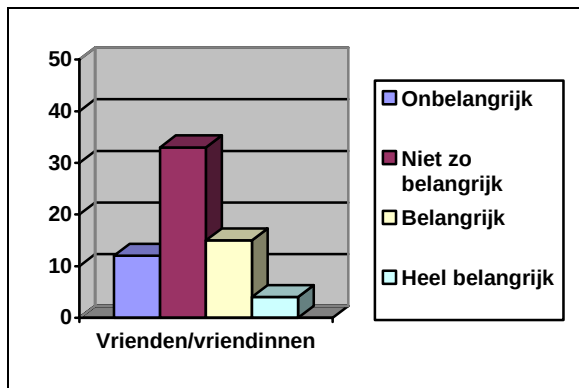
Het oordeel van de ouders wordt nog behoorlijk belangrijk gevonden. De leerling vindt het zelf belangrijk wat zijn ouders van de school vinden, maar ouders vinden het eveneens belangrijk om mee te bepalen naar welke school hun kind toe gaat. De gemiddelde score op dit item is 2.7 met een standaardafwijking van 0.86. Dit ziet er als volgt uit in een grafiek:



Figuur 6: Waar ouders vinden dat hun kind naar toe zou moeten gaan

Waar vrienden/vriendinnen van de leerling naartoe gaan

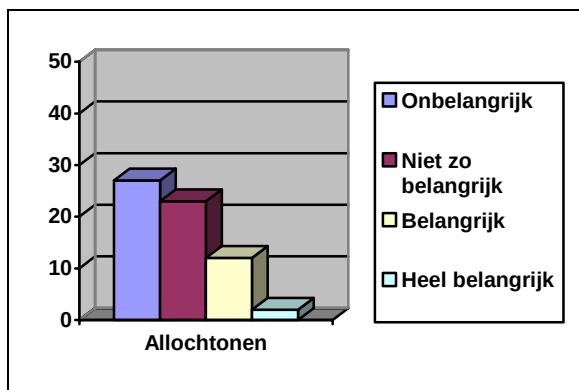
Leerlingen en ouders geven aan dat het er niet veel toe doet naar welke school vrienden of vriendinnen gaan. Andere factoren spelen blijkbaar een grotere rol, want de gemiddelde score is 2.2 met een standaardafwijking van 0.82. Dit ziet er zo uit:



Figuur 7: Waar vrienden/vriendinnen naar school toe gaan

Het aantal niet-Nederlanders op de school

Het aantal niet Nederlanders op de school wordt in het algemeen door de doelgroep niet belangrijk gevonden. De gemiddelde score op dit item is 1.8 met een standaardafwijking van 0.85. In grafiek ziet dit er als volgt uit:

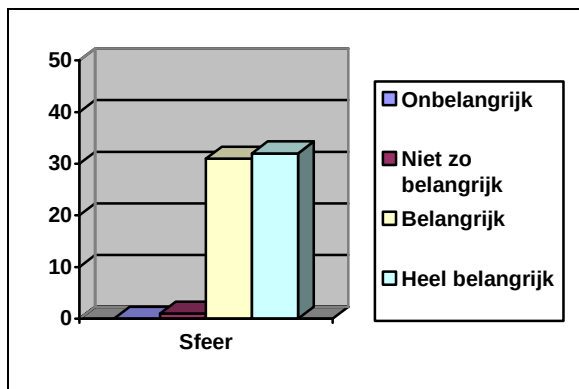


Figuur 8: Aantal niet-Nederlanders op de school

Toch geeft de hiervoor genoemde grafiek een enigszins vertekend beeld, daar er in dit geval wel degelijk een onderscheid te bespeuren is tussen de leerlingen en de ouders. De gemiddelde score van ouders is op dit item namelijk 2.2 met een afwijking van 0.91 en de gemiddelde score van leerlingen op dit item is 1.4 met een afwijking van 0.57.

De sfeer op school

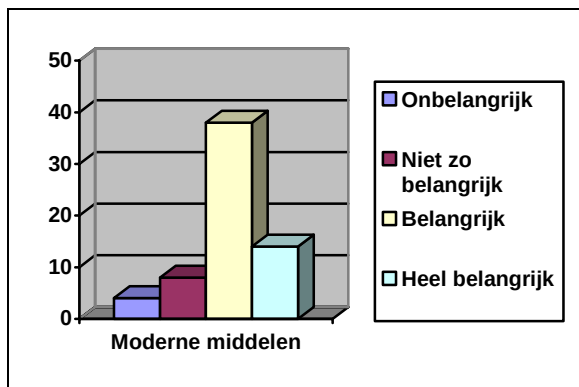
De sfeer op school is ook een item dat een opmerkelijk resultaat weergeeft. Opnieuw is er namelijk niemand die aangeeft dat de sfeer op school onbelangrijk is. De gemiddelde score is nu 3.5 met een standaardafwijking van 0.53. De resultaten op dit item komen in sterke mate overeen met de resultaten die op het item Open Dag werden behaald. In de grafiek ziet dit er als volgt uit:



Figuur 9: De sfeer op school

De moderne middelen die de school heeft voor het leren

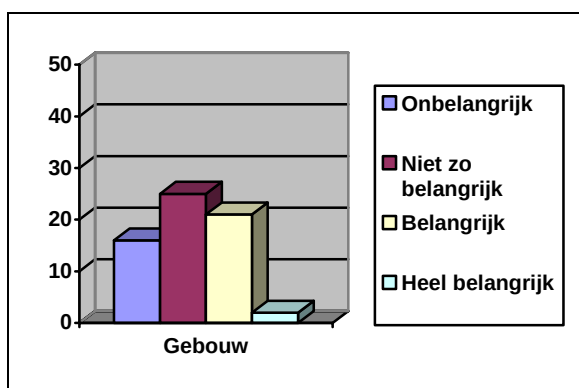
Ook de mate waarin de school beschikt over moderne leermiddelen is een belangrijk criterium. De gemiddelde score is maar liefst 3.0 met een standaardafwijking van 0.78. De resultaten zien er in de grafiek zo uit:



Figuur 10: Moderne middelen die de school heeft voor het leren

Hoe het schoolgebouw eruit ziet

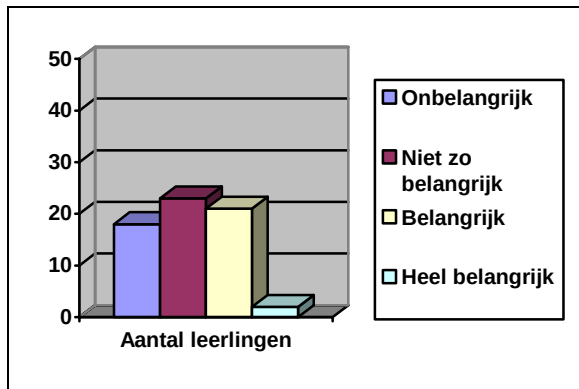
Ook is aan de respondenten gevraagd of het belangrijk is hoe het schoolgebouw eruit ziet. Dit is echter geen belangrijk criterium. De gemiddelde score die hieraan wordt toegekend is een 2.1 met een standaardafwijking van 0.83. Het grootste deel van de respondenten vindt dit criterium niet zo belangrijk en een kwart van de respondenten vindt het zelfs onbelangrijk.



Figuur 11: Hoe het schoolgebouw eruit ziet

Het aantal leerlingen op de school

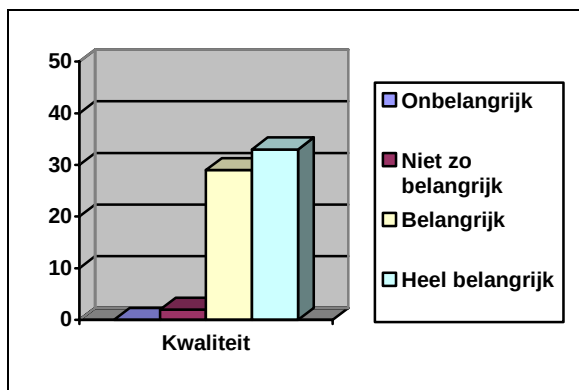
Ook het aantal leerlingen op de school is niet een erg belangrijk criterium. In totaal geeft 64.1% van de ondervraagden aan dit item niet zo belangrijk of zelfs onbelangrijk te vinden. De gemiddelde score is 2.1 met een standaardafwijking van 0.86. In de grafiek ziet dit er als volgt uit:



Figuur 12: Het aantal leerlingen op de school

De kwaliteit van het onderwijs

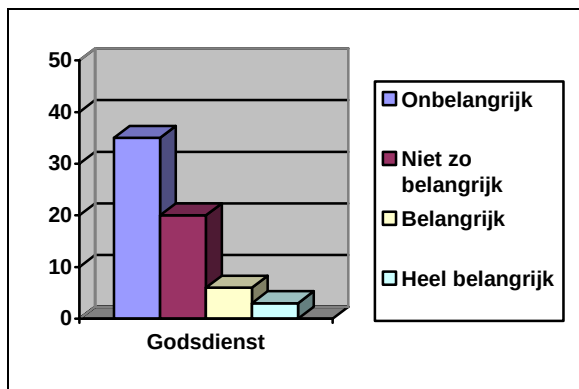
De kwaliteit van het onderwijs is een item dat in de lijn past bij de Open Dagen van de school en de sfeer op de school. Opnieuw wordt het antwoord 'onbelangrijk' namelijk niet gegeven. Gemiddeld scoort dit item 3.5 met een standaardafwijking van 0.58, wat opvallend hoog is. Dit komt er zo uit te zien in de grafiek:



Figuur 13: De kwaliteit van het onderwijs

De godsdienst van de school

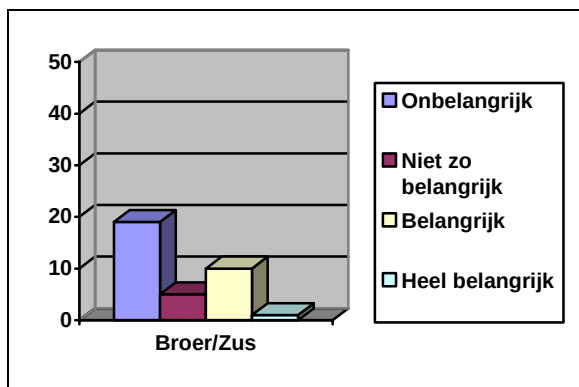
De denominatie van de school wordt tegenwoordig niet meer zo belangrijk gevonden als vroeger. Waar de godsdienstige overtuiging van de school vroeger nog in de top drie stond van belangrijkste criteria, is dit item tegenwoordig bijna het meest onbelangrijke item dat erbij zit. De gemiddelde score is 1.6 met een standaardafwijking van 0.84. In de grafiek ziet dit er als volgt uit:



Figuur 14: Godsdienst van de school

Waar oudere broer/zus van de leerling naar school toe gaat

Het laatste item werd niet door alle respondenten beantwoord. Dat was ook niet te verwachten, daar sommige leerlingen enig kind zijn of de eerste van het gezin zijn die naar de middelbare school toe gaan. In totaal hebben 35 van de 64 respondenten antwoord gegeven op dit item. Daar bleek uit dat de gemiddelde score 1.8 is met een standaardafwijking van 0.96. Over het algemeen vindt men het niet belangrijk waar oudere broers of zussen naar school toe gaan. Dit ziet er in de grafiek als volgt uit:



Figuur 15: Waar broer/zus naar school toe gaat

Bijlage 4: Vragenlijst voor leerlingen



Vragenlijst voor leerlingen

Door: Anne Grundel

Afstudeeronderzoek voor: Universiteit Twente, Opleiding Toegepaste Communicatie Wetenschap

Opdrachtgever: Bonhoeffer College

Datum:

Locatie & Plaats:

Respondentnummer:

Vragenlijst voor leerlingen

Beste leerling,

Voor mijn studie aan de Universiteit Twente voer ik een onderzoek uit. Met dit onderzoek wil ik graag te weten komen waar leerlingen van groep acht op letten als zij naar de middelbare school toe gaan. Ik wil jou vragen om ook mee te doen aan het onderzoek, omdat jij binnenkort naar een school voor het voortgezet onderwijs gaat.

Voor je ligt een lijst met vragen en stellingen die allemaal te maken hebben met de middelbare school en veel vragen gaan over het Bonhoeffer College. Het Bonhoeffer College heeft zeven locaties in Enschede. Jij bent uitgekozen om mee te doen aan het onderzoek, omdat je op dit moment in groep acht zit. Ik wil je graag een aantal vragen stellen die met de keuze van de middelbare school te maken hebben gehad.

De vragenlijst bestaat uit vijf onderdelen. In het eerste deel worden enkele gegevens gevraagd over jezelf. In het tweede en derde deel wordt gevraagd naar jouw oordeel over allerlei dingen die met het Bonhoeffer College te maken hebben. Het vierde gedeelte gaat over de communicatiemiddelen die je gebruikt hebt toen je ging kiezen voor de middelbare school, zoals folders, brochures en de website. In het laatste deel staan vragen die te maken hebben met de periode waarin je gekozen hebt voor de middelbare school.

Natuurlijk zal niemand ooit te weten komen wat jij nu zegt. Bij elk deel staat aangegeven hoe je de vragen kunt beantwoorden. Er zijn geen goede of foute antwoorden. Het gaat erom wat jij vindt!

Deel 1: Achtergrondgegevens

Zet een cirkeltje om het goede antwoord

1.1 Ik ben een jongen/meisje

1.2 Ik ben 10/11/12/13/14 jaar

1.3 Ik ken het Bonhoeffer College niet/een beetje/redelijk/goed

1.4 Ik ben van plan om te gaan naar:

☐ Het AOC Oost	☐ Het Greijdanus College
☐ Het Bonhoeffer College, locatie	☐ Het Stedelijk Lyceum, locatie
☐ Bruggertstraat	☐ ISK
☐ Geessinkweg	☐ Kottenpark
☐ Lijsterstraat	☐ OPDC
☐ Mekkelholtspad	☐ Wesselerbrink
☐ Van der Waalslaan	☐ De Wissel
☐ Wethouder Beversstraat	☐ Wooldrikspark
	☐ Zuid
	☐ Zwering
☐ Anders, nl.....	

1.5 Ik ben van plan om te kiezen voor de richting:

☐ Praktijkonderwijs	☐ HAVO
☐ VMBO-BBL	☐ VWO
☐ VMBO-KBL	☐ HAVO/VWO
☐ VMBO-GL	☐ Atheneum
☐ VMBO-T	☐ Gymnasium
☐ VMBO-T/HAVO	☐ Anders, nl.....

Deel 2: Wat is de score voor het Bonhoeffer College?

Alle vragen die nu aan de orde komen, gaan over het Bonhoeffer College.

2.1 Geef eerst aan welke locatie(s) van het Bonhoeffer College je wel eens hebt bezocht. *Meerdere antwoorden mogelijk*

- | | |
|---|--|
| ☐ Bruggertstraat | ☐ Mekkelholtspad |
| ☐ Geessinkweg | ☐ Van der Waalslaan |
| ☐ Kuipersdijk | ☐ Wethouder Beversstraat |
| ☐ Lijsterstraat | ☐ Ik heb geen locaties van het Bonhoeffer College bezocht |

2.2 Welke locatie van het Bonhoeffer College ken je het beste? *Maximaal 1 antwoord aankruisen*

- | | |
|---|--|
| ☐ Bruggertstraat | ☐ Mekkelholtspad |
| ☐ Geessinkweg | ☐ Van der Waalslaan |
| ☐ Kuipersdijk | ☐ Wethouder Beversstraat |
| ☐ Lijsterstraat | ☐ Ik ken geen locaties van het Bonhoeffer College |

Let op! Beantwoord alle vragen die nu komen voor de locatie die je het beste kent!

Rapportcijfers

Omcirkel steeds maximaal 1 cijfer

2.3 Voor de sfeer op het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.4 Voor de onderwijskwaliteit geef ik het Bonhoeffer College het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.5 Voor de moderne leermiddelen (computers etc.) van het Bonhoeffer College geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.6 Voor de mogelijkheden om op school te leren geef ik het Bonhoeffer College een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.7 Voor de leraren van het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.8 Voor de persoonlijke aandacht die je krijgt op het Bonhoeffer College geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.9 Voor het gebouw van het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.10 Voor de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, zoals de website en folders, geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Stellingen

Zet per stelling maximaal 1 kruisje in het vakje dat het beste bij jouw mening past

Sfeer op school

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.11 Op het Bonhoeffer College hangt een prettige sfeer	☐	☐	☐	☐	☐
2.12 Op het Bonhoeffer College voel ik mij wel thuis	☐	☐	☐	☐	☐
2.13 Op het Bonhoeffer College hangt een vervelende sfeer	☐	☐	☐	☐	☐
2.14 Op het Bonhoeffer College gaan leerlingen en leraren leuk met elkaar om	☐	☐	☐	☐	☐
2.15 Op het Bonhoeffer College gaan leerlingen onderling leuk met elkaar om	☐	☐	☐	☐	☐
2.16 Op het Bonhoeffer College kan ik mij veilig en geborgen voelen	☐	☐	☐	☐	☐
2.17 Op het Bonhoeffer College besteden ze veel aandacht aan orde en regels	☐	☐	☐	☐	☐
2.18 Het Bonhoeffer College is een aangename omgeving om te zijn	☐	☐	☐	☐	☐
2.19 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de sfeer op school	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.20 Een prettige sfeer op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.21 Of ik mij thuis kan voelen op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.22 Dat leerlingen onderling goed met elkaar om gaan vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.23 Dat leraren en leerlingen goed met elkaar om gaan vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.24 Dat ik mij veilig en geborgen kan voelen op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.25 Dat er veel aandacht wordt besteed aan orde en regels vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.26 Dat er op school een aangename omgeving is vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.27 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de sfeer op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Kwaliteit van het onderwijs

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.28 Op het Bonhoeffer College geven ze onderwijs van goede kwaliteit	☐	☐	☐	☐	☐
2.29 Het lesmateriaal op het Bonhoeffer College is goed	☐	☐	☐	☐	☐
2.30 De docenten die werken op het Bonhoeffer College zijn vriendelijk	☐	☐	☐	☐	☐
2.31 Op het Bonhoeffer College krijg ik voldoende persoonlijke aandacht	☐	☐	☐	☐	☐
2.32 Op het Bonhoeffer College zijn moderne computervoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.33 Op het Bonhoeffer College zijn goede sportvoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.34 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de kwaliteit van het onderwijs	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.35 Onderwijs van goede kwaliteit vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.36 Goed lesmateriaal vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.37 Vriendelijke docenten vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.38 Persoonlijke aandacht vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.39 Moderne computervoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.40 Goede sportvoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.41 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de kwaliteit van het onderwijs vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Moderne middelen / Mogelijkheden om op school te leren

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.42 Het Bonhoeffer College heeft moderne computervoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.43 Het Bonhoeffer College heeft een mooi studiehuis	☐	☐	☐	☐	☐
2.44 Het Bonhoeffer College gebruikt verouderde leerboeken	☐	☐	☐	☐	☐
2.45 Bij het Bonhoeffer College kun je goed op school leren	☐	☐	☐	☐	☐
2.46 Bij het Bonhoeffer College word je enthousiast om te leren	☐	☐	☐	☐	☐
2.47 Op het Bonhoeffer College kan ik mijzelf goed ontwikkelen	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.48 De lesmethoden van het Bonhoeffer College spreken mij wel aan	☐	☐	☐	☐	☐
2.49 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over moderne middelen / mogelijkheden om op school te leren	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.50 Moderne computervoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.51 Een mooi studiehuis vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.52 Moderne leerboeken vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.53 De mogelijkheid om op school te kunnen leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.54 Dat ik enthousiast word om te leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.55 Dat ik mijzelf goed kan ontwikkelen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.56 Leuke lesmethoden op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.57 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over moderne middelen/mogelijkheden om op school te leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

De leraren van het Bonhoeffer College

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

<i>Stelling</i>	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.58 Op het Bonhoeffer College werken leuke leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.59 Bij het Bonhoeffer College werken deskundige leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.60 Leraren van het Bonhoeffer College stimuleren leerlingen om mee te doen	☐	☐	☐	☐	☐
2.61 Op het Bonhoeffer College werken strenge leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.62 Op het Bonhoeffer College werken ouderwetse leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.63 De leraren van het Bonhoeffer College zijn betrokken bij de leerling	☐	☐	☐	☐	☐
2.64 De manier van lesgeven op het Bonhoeffer College spreekt mij wel aan	☐	☐	☐	☐	☐
2.65 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de leraren op school	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.66 Leuke leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.67 Deskundige leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.68 Dat leraren mij stimuleren om goed mee te doen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.69 Dat er strenge leraren werken op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.70 Dat er moderne leraren werken op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.71 Dat de leraren betrokken zijn bij mij vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.72 Een leuke manier van lesgeven vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.73 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Persoonlijke aandacht

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.74 Bij het Bonhoeffer College hebben ze een tekort aan leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.75 Op het Bonhoeffer College krijg je goede individuele begeleiding	☐	☐	☐	☐	☐
2.76 Op het Bonhoeffer College besteden ze veel zorg aan de leerling die dat nodig heeft	☐	☐	☐	☐	☐
2.77 Op het Bonhoeffer College wordt veel aandacht besteed aan de leerling	☐	☐	☐	☐	☐
2.78 Bij het Bonhoeffer College houden ze rekening met verschillen tussen de leerlingen	☐	☐	☐	☐	☐
2.79 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over persoonlijke aandacht	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.80 Voldoende leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.81 Goede individuele begeleiding vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.82 Zorg voor de leerling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.83 Aandacht voor de leerling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.84 Rekening houden met verschillen tussen de leerlingen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.85 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over persoonlijke aandacht vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Hoe het schoolgebouw eruit ziet

Het gaat bij de vragen niet om wat je weet, maar om wat je denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.86 De leslokalen van het Bonhoeffer College zijn aantrekkelijk	☐	☐	☐	☐	☐
2.87 De leslokalen van het Bonhoeffer College zijn praktisch in gebruik	☐	☐	☐	☐	☐
2.88 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College is goed onderhouden	☐	☐	☐	☐	☐
2.89 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College heeft een mooie uitstraling	☐	☐	☐	☐	☐
2.90 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College is verouderd	☐	☐	☐	☐	☐
2.91 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College ziet er rommelig uit	☐	☐	☐	☐	☐
2.92 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over hoe het schoolgebouw eruit ziet	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.93 Aantrekkelijke leslokalen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.94 Leslokalen die praktisch zijn in gebruik vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.95 Een goed onderhouden schoolgebouw vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.96 Een schoolgebouw met een mooie uitstraling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.97 Een schoolgebouw dat van deze tijd is vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.98 Een geordend schoolgebouw vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.99 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over hoe het schoolgebouw eruit ziet vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

3. Mening van anderen

Kruis steeds maximaal 1 vakje aan.

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.1 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor je ouders?	☐	☐	☐	☐	☐
3.2 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor je ouders?	☐	☐	☐	☐	☐
3.3 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en een studiehuis, voor je ouders?	☐	☐	☐	☐	☐
3.4 Hoe belangrijk is het voor je ouders dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.5 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor je ouders?	☐	☐	☐	☐	☐
3.6 Hoe belangrijk is het voor je ouders hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.7 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, voor je ouders?	☐	☐	☐	☐	☐

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.8 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor je vrienden/vriendinnen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.9 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor je vrienden/vriendinnen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.10 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en een studiehuis, voor je vrienden/vriendinnen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.11 Hoe belangrijk is het voor je vrienden/vriendinnen dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.12 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor je vrienden/vriendinnen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.13 Hoe belangrijk is het voor je vrienden/vriendinnen hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.14 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, voor je vrienden/vriendinnen?	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.15 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn vrienden en vriendinnen	☐	☐	☐	☐	☐
3.16 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn oudere broer of zus (<i>alleen beantwoorden als je een oudere broer of zus hebt</i>)	☐	☐	☐	☐	☐
3.17 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn ouders	☐	☐	☐	☐	☐
3.18 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn groep 8 leraar	☐	☐	☐	☐	☐

Deel 4: De communicatiemiddelen

Kruis steeds maximaal 1 vakje aan.

4.1 Ben je naar de Open Dag van het Bonhoeffer College geweest of heb je wel eens een locatie van het Bonhoeffer College bezocht?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → **Ga dan naar vraag 4.10**

4.2 Ik heb de Open Dag bezocht van de locatie

..... (vul de locatie in)

4.3 Hoe belangrijk was de Open Dag van deze locatie om tot je keuze te komen?

- ☐ Onbelangrijk
- ☐ Niet zo belangrijk
- ☐ Neutraal
- ☐ Belangrijk
- ☐ Heel belangrijk

4.4 Ik vond de Open Dag van deze locatie:

Niet leuk	_____	Leuk
Niet sfeervol	_____	Sfeervol
Saai	_____	Niet saai
Niet nuttig	_____	Nuttig

4.5 Ik heb nog een Open Dag bezocht, namelijk van de locatie (vul de locatie in)

4.6 Hoe belangrijk was de Open Dag van deze locatie om tot je keuze te komen?

- ☐ Onbelangrijk
- ☐ Niet zo belangrijk
- ☐ Neutraal
- ☐ Belangrijk
- ☐ Heel belangrijk

4.7 Ik vond de Open Dag van deze locatie:

Niet leuk	_____	Leuk
Niet sfeervol	_____	Sfeervol
Saai	_____	Niet saai
Niet nuttig	_____	Nuttig

4.8 Hoe wist je dat er een Open Dag gehouden werd?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Van een advertentie in De Twentsche Courant Tubantia
- ☐ Van een advertentie in De Weekendkrant
- ☐ Van een advertentie in de wekelijkse Huis-aan-Huis krant
- ☐ Van een advertentie in de groene Scholengids
- ☐ Van het spotje van het Bonhoeffer College in de bibliotheek
- ☐ Van mijn leraar van groep 8
- ☐ Van mijn vrienden/vriendinnen
- ☐ Van mijn broer/zus
- ☐ Van mijn ouders
- ☐ Van een uithangbord dat voor de school staat
- ☐ Anders, nl.....

4.9 Heb je de uiteindelijke keuze voor de middelbare school gemaakt voor of na het bezoek aan de Open Dag?

- ☐ Ervoor
- ☐ Erna
- ☐ Dat weet ik niet meer

4.10 Ken je het spotje in de bibliotheek van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee
- ☐ Ja

4.11 Heb je wel eens een advertentie gezien van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, in
 - ☐ De Twentsche Courant Tubantia
 - ☐ De Weekendkrant
 - ☐ De wekelijkse Huis-aan-Huis krant
 - ☐ Het kerkblad 'Samen op weg'
 - ☐ Anders, nl.....

4.12 Heb je wel eens gezien dat het Bonhoeffer College voetbalclubs in Enschede sponsort?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, namelijk
 - ☐ Vogido
 - ☐ Sparta
 - ☐ Victoria
 - ☐ Vosta
 - ☐ Anders, nl.....

4.13 Ken je de website van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.14
- ☐ Ja → Heb je de website gebruikt toen je ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Website helemaal niet gebruikt	Website nauwelijks gebruikt	Website gebruikt	Website veel gebruikt	Website heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.14 Ken je de Open Huis Krant van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.15
- ☐ Ja → Heb je de Open Huis Krant gebruikt toen je ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Open Huis Krant helemaal niet gebruikt	Open Huis Krant nauwelijks gebruikt	Open Huis Krant gebruikt	Open Huis Krant veel gebruikt	Open Huis Krant heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.15 Ken je de locatiefoldertjes van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.16
- ☐ Ja → Heb je de locatiefoldertjes gebruikt toen je ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Locatiefoldertjes helemaal niet gebruikt	Locatiefoldertjes nauwelijks gebruikt	Locatiefoldertjes gebruikt	Locatiefoldertjes veel gebruikt	Locatiefoldertjes heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.16 Ken je het boekje 'Jouw nieuwe school' van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.17
- ☐ Ja → Heb je het boekje 'Jouw nieuwe school' gebruikt toen je ging kiezen tussen de middelbare scholen?

'Jouw nieuwe school' helemaal niet gebruikt	'Jouw nieuwe school' nauwelijks gebruikt	'Jouw nieuwe school' gebruikt	'Jouw nieuwe school' veel gebruikt	'Jouw nieuwe school' heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.17 Ken je de locatie-informatiegids van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.18
- ☐ Ja → Heb je de locatie-informatiegids gebruikt toen je ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Locatie-informatiegids helemaal niet gebruikt	Locatie-informatiegids nauwelijks gebruikt	Locatie-informatiegids gebruikt	Locatie-informatiegids veel gebruikt	Locatie-informatiegids heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.18 Ik heb van het Bonhoeffer College een cd-opbergdoosje ontvangen tijdens het jaarlijkse bezoek van de school

- ☐ Ja
- ☐ Nee → Ga naar vraag 5.1

4.19 Ik vind het cd-opbergdoosje van het Bonhoeffer College:

Niet leuk	___	___	___	___	___	Leuk
Saai	___	___	___	___	___	Niet saai
Niet nuttig	___	___	___	___	___	Nuttig
Niet mooi	___	___	___	___	___	Mooi

Deel 5: Periode van schoolkeuze

5.1 In groep 7 wist ik al welke middelbare scholen er zijn in Enschede

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat wist ik al eerder
- ☐ Nee, dat wist ik pas in groep 8
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.2 Ik wist in groep 7 al naar welke middelbare school ik wilde

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat wist ik al eerder
- ☐ Nee, dat wist ik pas in groep 8
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.3 Voordat de uitslag van de eindtoets basisonderwijs/Cito-toets er was, wist ik al naar welke middelbare school ik wilde

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.4 Voordat er Open Dagen werden gehouden op de middelbare school, wist ik al naar welke school ik wilde

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.5 Voor de kerstvakantie wist ik al naar welke middelbare school ik wilde

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.6 Het bezoek met de groep 8 klas naar het Bonhoeffer College kwam precies op tijd

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat had wel eerder gemogen
- ☐ Nee, dat had wel later gemogen
- ☐ Dat weet ik niet meer

Ruimte voor algemene opmerkingen over de vragenlijst of over het Bonhoeffer College:

Dit is het einde van de vragenlijst. Dank je wel voor je medewerking!

Bijlage 5: Vragenlijst voor ouders



Vragenlijst voor ouders

Door: Anne Grundel

Afstudeeronderzoek voor: Universiteit Twente, Opleiding Toegepaste Communicatie Wetenschap

Opdrachtgever: Bonhoeffer College

Datum:

Locatie & Plaats:

Respondentnummer:

Vragenlijst voor ouders

Geachte ouder/verzorger,

Voor mijn studie aan de Universiteit Twente voer ik een onderzoek uit. Met dit onderzoek wil ik graag te weten komen waar ouders/verzorgers van groep 8-leerlingen op letten als hun zoon/dochter naar de middelbare school toe gaat. Ik wil u ook vragen om ook mee te werken aan het onderzoek.

Voor u ligt een lijst met vragen en stellingen die allemaal te maken hebben met de middelbare school en veel vragen gaan over het Bonhoeffer College. Het Bonhoeffer College heeft zeven locaties in Enschede. Ik wil u graag een aantal vragen stellen die met de keuze van de middelbare school te maken hebben gehad.

De vragenlijst bestaat uit vijf onderdelen. In het eerste deel worden enkele gegevens gevraagd over uzelf. In het tweede en derde deel wordt gevraagd naar uw oordeel over allerlei dingen die met het Bonhoeffer College te maken hebben. Het vierde gedeelte gaat over de communicatiemiddelen die u gebruikt hebt toen u en uw kind gingen kiezen voor de middelbare school, zoals folders, brochures en de website. In het laatste deel staan vragen die te maken hebben met de periode waarin u en uw kind gekozen hebben voor de middelbare school.

Natuurlijk zal niemand ooit te weten komen welke antwoorden u geeft. Bij elk deel staat aangegeven hoe u de vragen kunt beantwoorden. Er zijn geen goede of foute antwoorden. Het gaat erom wat u vindt.

Deel 1: Achtergrondgegevens

Zet een cirkeltje om het goede antwoord of vul uw antwoord op de stippellijn in

1.1 Ik ben een man/vrouw

1.2 Ik ben jaar

1.3 Ik ken het Bonhoeffer College niet/een beetje/redelijk/goed

1.4 Mijn kind is van plan om te gaan naar:

☐ Het AOC Oost	☐ Het Greijdanus College
☐ Het Bonhoeffer College, locatie	☐ Het Stedelijk Lyceum, locatie
☐ Bruggertstraat	☐ ISK
☐ Geessinkweg	☐ Kottenpark
☐ Lijsterstraat	☐ OPDC
☐ Mekkelholtspad	☐ Wesselerbrink
☐ Van der Waalslaan	☐ De Wissel
☐ Wethouder Beversstraat	☐ Wooldrikspark
	☐ Zuid
	☐ Zwering
☐ Anders, nl.....	

1.5 Mijn kind is van plan om te kiezen voor de richting:

☐ Praktijkonderwijs	☐ HAVO
☐ VMBO-BBL	☐ VWO
☐ VMBO-KBL	☐ Atheneum
☐ VMBO-GL	☐ Gymnasium
☐ VMBO-T	☐ Anders, nl.....

1.6 Mijn hoogst behaalde opleiding is

Deel 2: Wat is de score voor het Bonhoeffer College?

Alle vragen die nu aan de orde komen, gaan over het Bonhoeffer College.

2.1 Geef eerst aan welke locatie(s) van het Bonhoeffer College u wel eens hebt bezocht. *Meerdere antwoorden mogelijk*

- | | |
|---|--|
| ☐ Bruggertstraat | ☐ Mekkelholtspad |
| ☐ Geessinkweg | ☐ Van der Waalslaan |
| ☐ Kuipersdijk | ☐ Wethouder Beversstraat |
| ☐ Lijsterstraat | ☐ Ik heb geen locaties van het Bonhoeffer College bezocht |

2.2 Welke locatie van het Bonhoeffer College kent u het beste? *Maximaal 1 antwoord aankruisen*

- | | |
|---|--|
| ☐ Bruggertstraat | ☐ Mekkelholtspad |
| ☐ Geessinkweg | ☐ Van der Waalslaan |
| ☐ Kuipersdijk | ☐ Wethouder Beversstraat |
| ☐ Lijsterstraat | ☐ Ik ken geen locaties van het Bonhoeffer College |

Let op! Beantwoord alle vragen die nu komen voor de locatie die u het beste kent!

Rapportcijfers

Omcirkel steeds maximaal 1 cijfer

2.3 Voor de sfeer op het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.4 Voor de onderwijskwaliteit geef ik het Bonhoeffer College het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.5 Voor de moderne leermiddelen (computers etc.) van het Bonhoeffer College geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.6 Voor de mogelijkheden om op school te leren geef ik het Bonhoeffer College een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.7 Voor de leraren van het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.8 Voor de persoonlijke aandacht die mijn kind zou krijgen op het Bonhoeffer College geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.9 Voor het gebouw van het Bonhoeffer College geef ik het rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.10 Voor de communicatiemiddelen van het Bonhoeffer College, zoals de website en folders, geef ik een	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Stellingen

Zet per stelling maximaal 1 kruisje in het vakje dat het beste bij uw mening past

Sfeer op school

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.11 Op het Bonhoeffer College hangt een prettige sfeer	☐	☐	☐	☐	☐
2.12 Op het Bonhoeffer College voelt mijn kind zich wel thuis	☐	☐	☐	☐	☐
2.13 Op het Bonhoeffer College hangt een vervelende sfeer	☐	☐	☐	☐	☐
2.14 Op het Bonhoeffer College gaan leerlingen en leraren leuk met elkaar om	☐	☐	☐	☐	☐
2.15 Op het Bonhoeffer College gaan leerlingen onderling leuk met elkaar om	☐	☐	☐	☐	☐
2.16 Op het Bonhoeffer College kan mijn kind zich veilig en geborgen voelen	☐	☐	☐	☐	☐
2.17 Op het Bonhoeffer College besteden ze veel aandacht aan orde en regels	☐	☐	☐	☐	☐
2.18 Het Bonhoeffer College is een aangename omgeving om te zijn	☐	☐	☐	☐	☐
2.19 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de sfeer op school	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.20 Een prettige sfeer op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.21 Of mijn kind zich thuis kan voelen op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.22 Dat leerlingen onderling goed met elkaar om gaan vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.23 Dat leraren en leerlingen goed met elkaar om gaan vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.24 Dat mijn kind zich veilig en geborgen kan voelen op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.25 Dat er veel aandacht wordt besteed aan orde en regels vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.26 Dat de school een aangename omgeving voor mijn kind is vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.27 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de sfeer op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Kwaliteit van het onderwijs

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.28 Op het Bonhoeffer College geven ze onderwijs van goede kwaliteit	☐	☐	☐	☐	☐
2.29 Het lesmateriaal op het Bonhoeffer College is goed	☐	☐	☐	☐	☐
2.30 De docenten die werken op het Bonhoeffer College zijn vriendelijk	☐	☐	☐	☐	☐
2.31 Op het Bonhoeffer College krijgt mijn kind voldoende persoonlijke aandacht	☐	☐	☐	☐	☐
2.32 Op het Bonhoeffer College zijn moderne computervoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.33 Op het Bonhoeffer College zijn goede sportvoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.34 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de kwaliteit van het onderwijs	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.35 Onderwijs van goede kwaliteit vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.36 Goed lesmateriaal vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.37 Vriendelijke docenten vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.38 Persoonlijke aandacht voor mijn kind vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.39 Moderne computervoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.40 Goede sportvoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.41 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de kwaliteit van het onderwijs vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Moderne middelen / Mogelijkheden om op school te leren

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.42 Het Bonhoeffer College heeft moderne computervoorzieningen	☐	☐	☐	☐	☐
2.43 Het Bonhoeffer College heeft een mooi studiehuis	☐	☐	☐	☐	☐
2.44 Het Bonhoeffer College gebruikt verouderde leerboeken	☐	☐	☐	☐	☐
2.45 Bij het Bonhoeffer College kan mijn kind goed op school leren	☐	☐	☐	☐	☐
2.46 Bij het Bonhoeffer College wordt mijn kind enthousiast om te leren	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.47 Op het Bonhoeffer College kan mijn kind zichzelf goed ontwikkelen	☐	☐	☐	☐	☐
2.48 De lesmethoden van het Bonhoeffer College spreken mij wel aan	☐	☐	☐	☐	☐
2.49 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over moderne middelen / mogelijkheden om op school te leren	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.50 Moderne computervoorzieningen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.51 Een mooi studiehuis vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.52 Moderne leerboeken vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.53 De mogelijkheid voor mijn kind om op school te kunnen leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.54 Dat mijn kind enthousiast wordt om te leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.55 Dat mijn kind zichzelf goed kan ontwikkelen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.56 Leuke lesmethoden op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.57 Dat er in de communicatie, zoals de website en folders, wordt gesproken over moderne middelen/mogelijkheden om op school te leren vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

De leraren van het Bonhoeffer College

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

<i>Stelling</i>	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.58 Op het Bonhoeffer College werken leuke leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.59 Bij het Bonhoeffer College werken deskundige leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.60 Leraren van het Bonhoeffer College stimuleren leerlingen om mee te doen	☐	☐	☐	☐	☐
2.61 Op het Bonhoeffer College werken strenge leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.62 Op het Bonhoeffer College werken ouderwetse leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.63 De leraren van het Bonhoeffer College zijn betrokken bij de leerling	☐	☐	☐	☐	☐
2.64 De manier van lesgeven op het Bonhoeffer College spreekt mij wel aan	☐	☐	☐	☐	☐
2.65 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over de leraren op school	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.66 Leuke leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.67 Deskundige leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.68 Dat leraren mijn kind stimuleren om goed mee te doen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.69 Dat er strenge leraren werken op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.70 Dat er moderne leraren werken op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.71 Dat de leraren betrokken zijn bij mijn kind vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.72 Een leuke manier van lesgeven vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.73 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over de leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Persoonlijke aandacht

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.74 Bij het Bonhoeffer College hebben ze een tekort aan leraren	☐	☐	☐	☐	☐
2.75 Op het Bonhoeffer College krijgt de leerling goede individuele begeleiding	☐	☐	☐	☐	☐
2.76 Op het Bonhoeffer College besteden ze veel zorg aan de leerling die dat nodig heeft	☐	☐	☐	☐	☐
2.77 Op het Bonhoeffer College wordt veel aandacht besteed aan de leerling	☐	☐	☐	☐	☐
2.78 Bij het Bonhoeffer College houden ze rekening met verschillen tussen de leerlingen	☐	☐	☐	☐	☐
2.79 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over persoonlijke aandacht	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.80 Voldoende leraren op school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.81 Goede individuele begeleiding vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.82 Zorg voor de leerling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.83 Aandacht voor de leerling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.84 Rekening houden met verschillen tussen de leerlingen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.85 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, gesproken wordt over persoonlijke aandacht vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Hoe het schoolgebouw eruit ziet

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.86 De leslokalen van het Bonhoeffer College zijn aantrekkelijk	☐	☐	☐	☐	☐
2.87 De leslokalen van het Bonhoeffer College zijn praktisch in gebruik	☐	☐	☐	☐	☐
2.88 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College is goed onderhouden	☐	☐	☐	☐	☐
2.89 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College heeft een mooie uitstraling	☐	☐	☐	☐	☐
2.90 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College is verouderd	☐	☐	☐	☐	☐
2.91 Het schoolgebouw van het Bonhoeffer College ziet er rommelig uit	☐	☐	☐	☐	☐
2.92 In de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van het Bonhoeffer College wordt gesproken over hoe het schoolgebouw eruit ziet	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.93 Aantrekkelijke leslokalen vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.94 Leslokalen die praktisch zijn in gebruik vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.95 Een goed onderhouden schoolgebouw vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.96 Een schoolgebouw met een mooie uitstraling vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.97 Een schoolgebouw dat van deze tijd is vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.98 Een geordend schoolgebouw vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.99 Dat er in de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, wordt gesproken over hoe het schoolgebouw eruit ziet vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

Het aantal gekleurde Nederlanders op de school

Het gaat bij de vragen niet om wat u weet, maar om wat u denkt van het Bonhoeffer College

<i>Stelling</i>	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens, niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
2.100 Op het Bonhoeffer College zitten veel gekleurde leerlingen	☐	☐	☐	☐	☐
2.101 Op het Bonhoeffer College zitten veel leerlingen van Nederlandse afkomst	☐	☐	☐	☐	☐
2.102 Op het Bonhoeffer College ontmoet mijn kind verschillende culturen	☐	☐	☐	☐	☐
2.103 Het maakt mij niet uit hoeveel gekleurde kinderen er op de middelbare school zitten	☐	☐	☐	☐	☐

<i>Stelling</i>	Onbelang rijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
2.104 Dat er veel gekleurde leerlingen op het Bonhoeffer College zitten vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.105 Dat er veel leerlingen van Nederlandse afkomst op het Bonhoeffer College zitten vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.106 Dat mijn kind op het Bonhoeffer College verschillende culturen ontmoet vind ik	☐	☐	☐	☐	☐
2.107 Het aantal gekleurde kinderen op de middelbare school vind ik	☐	☐	☐	☐	☐

2.108 Het percentage gekleurde leerlingen op een middelbare school dat ik aanvaardbaar vind, ligt tussen de

- ☐ 0 – 20%
- ☐ 21 – 40%
- ☐ 41 – 60%
- ☐ 61 – 80%
- ☐ 81 – 100%

3. Mening van anderen

Kruis steeds maximaal 1 vakje aan.

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.1 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐
3.2 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐
3.3 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en een studiehuis, voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐
3.4 Hoe belangrijk is het voor uw kind dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.5 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐
3.6 Hoe belangrijk is het voor uw kind hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.7 Hoe belangrijk is het aantal gekleurde Nederlanders op school voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐
3.8 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van de middelbare school voor uw kind?	☐	☐	☐	☐	☐

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.9 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐
3.10 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐
3.11 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en een studiehuis, voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐
3.12 Hoe belangrijk is het voor uw familie/vrienden dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.13 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐
3.14 Hoe belangrijk is het voor uw familie/vrienden hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.15 Hoe belangrijk is het aantal gekleurde Nederlanders op school voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐
3.16 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van de middelbare school voor uw familie/vrienden?	☐	☐	☐	☐	☐

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.17 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.18 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.19 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en studiehuis, voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.20 Hoe belangrijk is het voor ouders van andere groep 8-leerlingen dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.21 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.22 Hoe belangrijk is het voor ouders van andere groep 8-leerlingen hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.23 Hoe belangrijk is het aantal gekleurde Nederlanders op school voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐
3.24 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van de middelbare school voor ouders van andere groep 8-leerlingen?	☐	☐	☐	☐	☐

Deze tabel alleen invullen als u kinderen hebt die al op de middelbare school zitten

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.25 Hoe belangrijk is een goede sfeer op school voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐
3.26 Hoe belangrijk is onderwijs van goede kwaliteit voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐
3.27 Hoe belangrijk is de aanwezigheid van moderne leermiddelen, zoals computers en een studiehuis, voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐
3.28 Hoe belangrijk is het voor uw oudere zoon/dochter dat er leuke leraren werken?	☐	☐	☐	☐	☐
3.29 Hoe belangrijk is voldoende persoonlijke aandacht voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐

Vraag	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.30 Hoe belangrijk is het voor uw oudere zoon/dochter hoe het schoolgebouw eruit ziet?	☐	☐	☐	☐	☐
3.31 Hoe belangrijk is het aantal gekleurde Nederlanders op school voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐
3.32 Hoe belangrijk zijn de communicatiemiddelen, zoals de website en folders, van de middelbare school voor uw oudere zoon/dochter?	☐	☐	☐	☐	☐

Stelling	Onbelangrijk	Niet zo belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
3.33 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn kind	☐	☐	☐	☐	☐
3.34 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn familie/vrienden	☐	☐	☐	☐	☐
3.35 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van ouders van andere groep 8-leerlingen	☐	☐	☐	☐	☐
3.36 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van mijn oudere zoon/dochter <i>(alleen beantwoorden als u een oudere zoon/dochter hebt)</i>	☐	☐	☐	☐	☐
3.37 Bij het kiezen van de middelbare school is de mening van de groep 8 leraar	☐	☐	☐	☐	☐

Deel 4: De communicatiemiddelen

Kruis steeds maximaal 1 vakje aan.

4.1 Bent u naar de Open Dag van het Bonhoeffer College geweest of heeft u wel eens een locatie van het Bonhoeffer College bezocht?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → **Ga dan naar vraag 4.10**

4.2 Ik heb de Open Dag bezocht van de locatie

..... (vul de locatie in)

4.3 Hoe belangrijk was de Open Dag van deze locatie om met uw kind tot een keuze te komen?

- ☐ Onbelangrijk
- ☐ Niet zo belangrijk
- ☐ Neutraal
- ☐ Belangrijk
- ☐ Heel belangrijk

4.4 Ik vond de Open Dag van deze locatie:

Niet leuk	_____	Leuk
Niet sfeervol	_____	Sfeervol
Saai	_____	Niet saai
Niet nuttig	_____	Nuttig

4.5 Ik heb nog een Open Dag bezocht, namelijk van de locatie (vul de locatie in)

4.6 Hoe belangrijk was de Open Dag van deze locatie om met uw kind tot een keuze te komen?

- ☐ Onbelangrijk
- ☐ Niet zo belangrijk
- ☐ Neutraal
- ☐ Belangrijk
- ☐ Heel belangrijk

4.7 Ik vond de Open Dag van deze locatie:

Niet leuk	_____	Leuk
Niet sfeervol	_____	Sfeervol
Saai	_____	Niet saai
Niet nuttig	_____	Nuttig

4.8 Hoe wist u dat er een Open Dag gehouden werd?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ☐ Van een advertentie in De Twentsche Courant Tubantia
- ☐ Van een advertentie in De Weekendkrant
- ☐ Van een advertentie in de wekelijkse Huis-aan-Huis krant
- ☐ Van een advertentie in de groene Scholengids
- ☐ Van het spotje van het Bonhoeffer College in de bibliotheek
- ☐ Van de leraar van groep 8
- ☐ Van mijn kind dat in groep 8 zit
- ☐ Van mijn kind dat al op de middelbare school zit
- ☐ Van familie/vrienden
- ☐ Van andere ouders van groep 8-leerlingen
- ☐ Van een uithangbord dat voor de school staat
- ☐ Anders, nl.....

4.9 Hebben u en uw kind de uiteindelijke keuze voor de middelbare school gemaakt voor of na het bezoek aan de Open Dag?

- ☐ Ervoor
- ☐ Erna
- ☐ Dat weet ik niet meer

4.10 Kent u het spotje in de bibliotheek van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee
- ☐ Ja

4.11 Heeft u wel eens een advertentie gezien van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, in
 - ☐ De Twentsche Courant Tubantia
 - ☐ De Weekendkrant
 - ☐ De wekelijkse Huis-aan-Huis krant
 - ☐ Het kerkblad 'Samen op weg'
 - ☐ Anders, nl.....

4.12 Heeft u wel eens gezien dat het Bonhoeffer College voetbalclubs in Enschede sponsort?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, namelijk
 - ☐ Vogido
 - ☐ Sparta
 - ☐ Victoria
 - ☐ Vosta
 - ☐ Anders, nl.....

4.13 Kent u de website van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.14
- ☐ Ja → Heeft u de website gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Website helemaal niet gebruikt	Website nauwelijks gebruikt	Website gebruikt	Website veel gebruikt	Website heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.14 Kent u de Open Huis Krant van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.15
- ☐ Ja → Heeft u de Open Huis Krant gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Open Huis Krant helemaal niet gebruikt	Open Huis Krant nauwelijks gebruikt	Open Huis Krant gebruikt	Open Huis Krant veel gebruikt	Open Huis Krant heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.15 Kent u de locatiefoldertjes van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.16
- ☐ Ja → Heeft u de locatiefoldertjes gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Locatiefoldertjes helemaal niet gebruikt	Locatiefoldertjes nauwelijks gebruikt	Locatiefoldertjes gebruikt	Locatiefoldertjes veel gebruikt	Locatiefoldertjes heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.16 Kent u het boekje 'Jouw nieuwe school' van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.17
- ☐ Ja → Heeft u het boekje 'Jouw nieuwe school' gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

'Jouw nieuwe school' helemaal niet gebruikt	'Jouw nieuwe school' nauwelijks gebruikt	'Jouw nieuwe school' gebruikt	'Jouw nieuwe school' veel gebruikt	'Jouw nieuwe school' heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.17 Kent u de locatie-informatiegids van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.18
- ☐ Ja → Heeft u de locatie-informatiegids gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Locatie-informatiegids helemaal niet gebruikt	Locatie-informatiegids nauwelijks gebruikt	Locatie-informatiegids gebruikt	Locatie-informatiegids veel gebruikt	Locatie-informatiegids heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.18 Kent u de schoolgids van het Bonhoeffer College?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 4.19
- ☐ Ja → Heeft u de schoolgids gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Schoolgids helemaal niet gebruikt	Schoolgids nauwelijks gebruikt	Schoolgids gebruikt	Schoolgids veel gebruikt	Schoolgids heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

4.19 Kent u de groene scholengids van de gemeente Enschede?

- ☐ Nee → Ga naar vraag 5.1
- ☐ Ja → Heeft u de groene scholengids gebruikt toen u ging kiezen tussen de middelbare scholen?

Groene scholengids helemaal niet gebruikt	Groene scholengids nauwelijks gebruikt	Groene scholengids gebruikt	Groene scholengids veel gebruikt	Groene scholengids heel veel gebruikt
☐	☐	☐	☐	☐

Deel 5: Periode van schoolkeuze

5.1 Toen mijn kind in groep 7 zat wist ik al welke middelbare scholen er zijn in Enschede

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat wist ik al eerder
- ☐ Nee, dat wist ik pas in groep 8
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.2 Toen mijn kind nog in groep 7 zat, wist ik al naar welke middelbare school mijn kind toe zou gaan

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat wist ik al eerder
- ☐ Nee, dat wist ik pas toen mijn kind in groep 8 zat
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.3 Voordat de uitslag van de eindtoets basisonderwijs/Cito-toets er was, wist ik al naar welke middelbare school mijn kind toe zou gaan

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.4 Voordat er Open Dagen werden gehouden op de middelbare school, wist ik al naar welke school mijn kind toe zou gaan

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.5 Voor de kerstvakantie wist ik al naar welke middelbare school mijn kind toe zou gaan

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Dat weet ik niet meer

5.6 De presentatie-avond van het Bonhoeffer College op de basisschool kwam precies op tijd

- ☐ Ja
- ☐ Nee, dat had wel eerder gemogen
- ☐ Nee, dat had wel later gemogen
- ☐ Dat weet ik niet meer
- ☐ Daar ben ik niet bij geweest

Ruimte voor algemene opmerkingen over de vragenlijst of over het Bonhoeffer College:

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking!

Bijlage 6: Wijze waarop communicatiemiddelen zijn getest

De website van het Bonhoeffer College.

1. Ken je de website? Ja/Nee

2. Ga je na groep 8 naar het Bonhoeffer College? Ja/Nee

3. Beoordeling van de website

Op de volgende 5 blaadjes staat steeds de afbeelding van 1 webpagina. Probeer met plussen en minnen aan te geven wat je mooi, leuk, handig of juist lelijk en stom enzovoort vindt.

4. Zoekopdrachten.

Tot slot krijg je nog 3 zoekopdrachten. Ik stel je dan 3 vragen en jij mag proberen het antwoord te vinden op de website van het Bonhoeffer College. Het antwoord kan overal staan. Neem zoveel tijd als je nodig hebt om het goede antwoord op te zoeken.

Dit is de home-pagina van het Bonhoeffer College



Interconfessionele Scholengemeenschap
voor Gymnasium, Atheneum, HAVO, VMBO, LWO en Pro

Hallo, welkom bij Bonhoeffer College Online

[Toevoegen aan favorieten](#)

Bonhoeffer College Homepage

21 Juni 2005



Bruggertstraat
Geessinkweg
Kuipersdijk
Lijsterstraat
Mekkelholtspad
Van der Waalslaan
Weth. Beversstraat
juniorcollege

Het Bonhoeffer College is een interconfessionele scholengemeenschap met een breed onderwijsaanbod: gymnasium, atheneum, HAVO, VMBO, LWO en praktijkonderwijs. Kenmerkend voor onze school is de grote zorg voor kwetsbare mensen en een aansprekende visie op de vraag hoe mondige mensen met de wereld omgaan. Wij willen proberen te bereiken dat onze leerlingen zich kritisch en actief bezig houden met de elementaire waarden en normen in het leven.

Wilt u een korte uitleg over het menu van de website? klik - info - hiernaast

Voor eventuele vragen over de website mail [webmaster](#)

Korte **Info** over de site

colofon

Hoofdthema's

- Algemene informatie en laatste nieuws
- Het onderwijsaanbod
- Hoi, zit je in groep 8? Wil je iets meer weten over onze school? [klik hier](#) ← Dé website
- De belangrijkste telefoonnummers, adressen en namen
- De locaties
- School in beweging

Examensite Teletop
 inloggen met:
 Naam: eindexamen
 Wachtwoord: teletop
 en ga dan naar ...
de examensite kiezen.
 klik hieronder


Out-leerling geef je e-mail adres op [Klik hier](#)

- nummer 10 jaargang 3 (PDF)

Dit is de pagina over de locatie Bruggertstraat

Bonhoeffer College Online
home
locaties
identiteit
personeel
gastenboek
examens
e-mail
gegevensbank
webmail


Locatie Bruggertstraat


U bent hier > [alg. homepage](#) > [bruggertstraat](#)
[Toevoegen aan favorieten](#)
Locatie Bruggertstraat homepage

21 June 2005

Locatieadres

- Bruggertstraat 60**
7545 AX Enschede
tel: 053-4310103
fax: 053-4301720
bruggertstraat@bc-enschede.nl

Informatie

- Aanmelden nieuwe brugklassers:**
 U kunt uw zoon/ dochter aanmelden voor de locatie via:
 - de basisschool
 - een aanmeldingsformulier dat u op de locatie kunt ophalen
 - of rechtstreeks via deze site: [klik hier](#)
- Roosterwijzigingen**
 Roosterwijzigingen van dag tot dag
- Algemene informatie**
 Hier staan gegevens over onderwijsstructuur, activiteiten, begeleiding contacten, verzekeringen...
- Vakantiedata**

Welkom op de locatie Bruggertstraat

De locatie aan de Bruggertstraat is gelegen in de wijk het Stadsveld in de nabijheid van de nieuwbouwwijken 't Zwering en het Ruwenbos. Het gebouw heeft het afgelopen jaar verschillende vernieuwingen ondergaan. Door de komst van de Tweede Fase is het interieur ingrijpend gewijzigd. Het studiehuis, de plek waar de leerlingen zelfstandig kunnen werken, is inmiddels gereedgekomen. Op de Bruggertstraat wordt elke leerling door een eigen mentor begeleid. Ook is er een team van decanen en leerlingbegeleiders waar de leerlingen terecht kunnen. [lees hier voor meer info](#)

Laatste nieuws

Lijst van de **alle** geslaagde examen kandidaten:

[VMBO, HAVO en VWO](#)

[Allemaal van harte gefeliciteerd!!](#)



Athletes in action

Wij, Koen Hemink, Marijn Mudde en Gerjan Lof, (uit 5 en 6VWO) gaan komende zomer met Athletes in Action naar Israël. Kort samengevat heeft deze organisatie als doel zoveel mogelijk jongeren bekend te maken met het evangelie van de Bijbel door middel van sport. [lees meer](#)

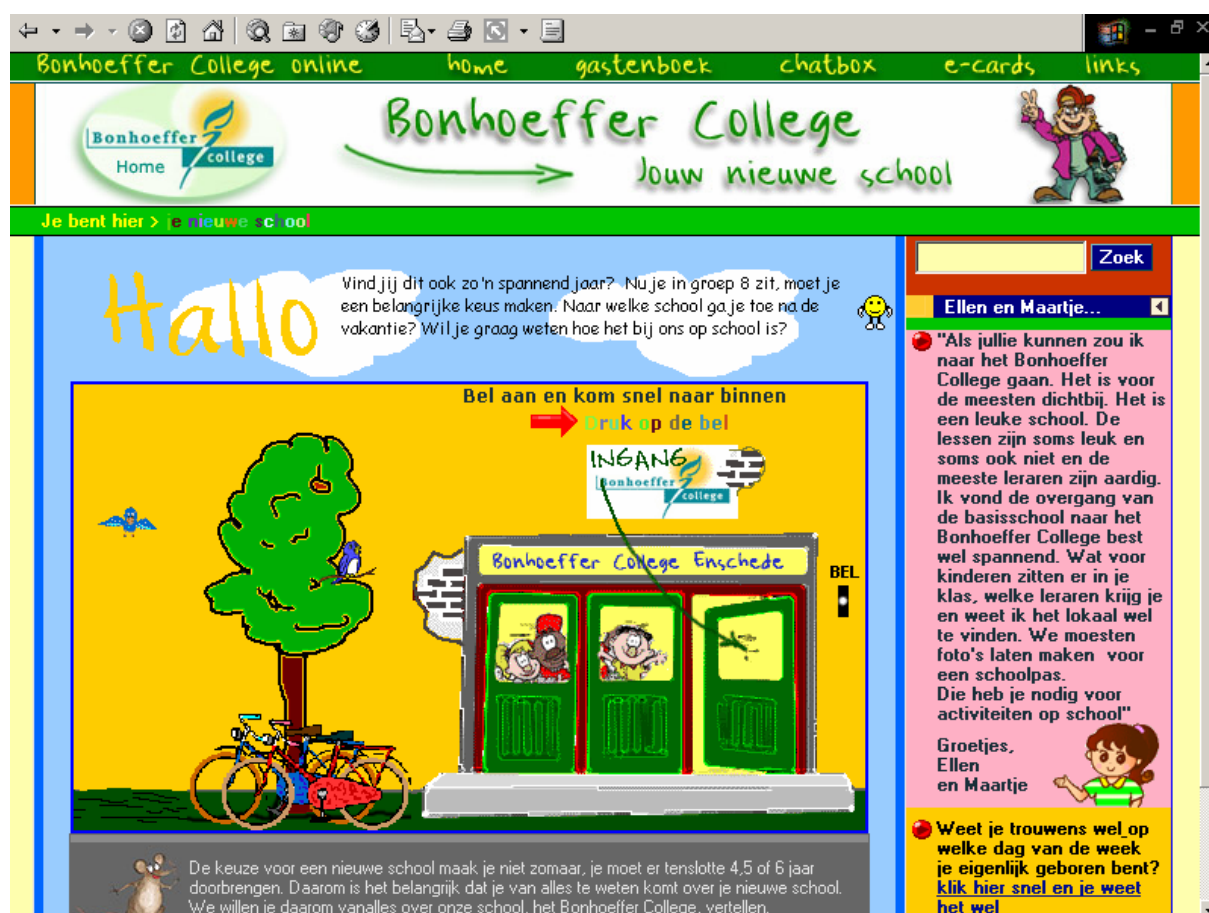


Zeilkamp 3 vmboT

Nou eindelijk gaan we dan' zie ie sommige mensen denken die



Dit is de pagina voor als je in groep 8 zit



The screenshot shows a web browser window displaying the Bonhoeffer College website. The browser's address bar shows the URL "Bonhoeffer College online". The website has a green header with navigation links: "home", "gastenboek", "chatbox", "e-cards", and "links". Below the header, there is a large banner with the text "Bonhoeffer College" and "Jouw nieuwe school" (Your new school). A green arrow points from the "Bonhoeffer College" text to the "Jouw nieuwe school" text. To the right of the banner is a cartoon character of a boy with a backpack. Below the banner, there is a green bar with the text "Je bent hier > je nieuwe school".

The main content area has a blue background. On the left, there is a large yellow speech bubble with the word "Hallo" (Hello) in orange. To the right of the speech bubble, there is a paragraph of text: "Vind jij dit ook zo'n spannend jaar? Nu je in groep 8 zit, moet je een belangrijke keus maken. Naar welke school ga je toe na de vakantie? Wil je graag weten hoe het bij ons op school is?". To the right of the text is a small yellow smiley face icon.

Below the text, there is a large illustration of a school building. The building has a sign that says "Bonhoeffer College Enschede". Above the entrance, there is a sign that says "INGANG" (Entrance) with a red arrow pointing to the entrance. To the left of the building, there is a green tree and a yellow bicycle. To the right of the building, there is a small black bell icon with the word "BEL" (Bell) next to it. Above the bell, there is a text box that says "Bel aan en kom snel naar binnen" (Ring the bell and come in quickly).

Below the illustration, there is a small mouse icon and a paragraph of text: "De keuze voor een nieuwe school maak je niet zomaar, je moet er tenslotte 4,5 of 6 jaar doorbrengen. Daarom is het belangrijk dat je van alles te weten komt over je nieuwe school. We willen je daarom vanalles over onze school, het Bonhoeffer College, vertellen."

On the right side of the page, there is a search bar with the text "Zoek" (Search). Below the search bar, there is a section titled "Ellen en Maartje..." with a small icon of a girl. The section contains a paragraph of text: "Als jullie kunnen zou ik naar het Bonhoeffer College gaan. Het is voor de meesten dichtbij. Het is een leuke school. De lessen zijn soms leuk en soms ook niet en de meeste leraren zijn aardig. Ik vond de overgang van de basisschool naar het Bonhoeffer College best wel spannend. Wat voor kinderen zitten er in je klas, welke leraren krijg je en weet ik het lokaal wel te vinden. We moesten foto's laten maken voor een schoolpas. Die heb je nodig voor activiteiten op school". Below the text, there is a small icon of a girl. Below the icon, there is a paragraph of text: "Groetjes, Ellen en Maartje".

Below the text, there is a yellow box with a red bell icon and a paragraph of text: "Weet je trouwens wel op welke dag van de week je eigenlijk geboren bent? [klik hier snel en je weet het wel](#)".

Dit is de pagina 'School in Beweging'

Bonhoeffer College Online

home

locaties

identiteit

personeel

gastenboek

examens

e-mail

gegevensbank

webmail



School in beweging



Bonhoeffer College - school in beweging

20 Juni 2005

Zoek

Informatie

- kijk voor alle andere sportevenementen en activiteiten op de locatiewebsites

Bonhoeffer College - school in beweging

Het Bonhoeffer College ontwikkelt zich tot een echte sportschool. Naast de lessen gymnastiek besteedt de school veel aandacht aan bewegingsactiviteiten, sportoriëntatie en topsport. En door de samenwerking tussen de 7 locaties kan elke leerling het maximale halen uit zijn of haar eigen mogelijkheden. En dat is belangrijk, want beweging is gezond voor lichaam en geest.

Een greep uit het vorige schooljaar

EXTRA BEWEGING

De lessen Lichamelijke Opvoeding bieden natuurlijk de gelegenheid bij uitstek om te sporten, maar er is meer. De buitenschoolse sport (sportactiviteiten buiten de lestijden om) geven wekelijks veel voldoening. Daarnaast doet de school zoveel mogelijk mee aan sporttoernooien. Grote evenementen maken dat bewegen bijzonder leuk is.

BONHOEFFER OP RECORDJACHT

Leerlingen van het Bonhoeffer College gaan woensdag en donderdag op recordjacht. Tal van recordpogingen worden ondernomen. Leerlingen proberen onder meer zo snel mogelijk een zware Volvo over de streep te trekken, zo laag mogelijk te komen tijdens het limbodansen of zo lang mogelijk aan een spijkerbroek te blijven hangen. De bedoeling is dat de gevestigde records volgend jaar scherper worden gesteld.



GYMNASTIEK EN MEER

Zoekopdrachten:

- 1. Bij welke locaties van het Bonhoeffer College kun je je aanmelden als je VMBO-T advies krijgt?**
- 2. Waar komt de naam ‘Het Bonhoeffer College’ vandaan?**
- 3. Wat zijn de 10 sterke punten van het Juniorcollege?**

De locatiefolder van het Bonhoeffer College (WB).

1. Ken je de locatiefolder?

Ja/Nee

2. Ga je na groep 8 naar het Bonhoeffer College?

Ja/Nee

3. Beoordeling van de locatiefolder

Voor je ligt een van de locatiefoldertjes van het Bonhoeffer College. Probeer met plussen en minnen aan te geven wat je mooi, leuk, handig of juist lelijk en stom enzovoort vindt.

Het boekje 'Jouw nieuwe school' van het Bonhoeffer College.

1. Ken je het boekje 'Jouw nieuwe school'? Ja/Nee

2. Ga je na groep 8 naar het Bonhoeffer College? Ja/Nee

3. Beoordeling van het boekje 'Jouw nieuwe school'

Voor je ligt een van de locatiefoldertjes van het Bonhoeffer College. Probeer met plussen en minnen aan te geven wat je mooi, leuk, handig of juist lelijk en stom enzovoort vindt.

De Open Huis Krant van het Bonhoeffer College.

1. Ken je de Open Huis Krant?

Ja/Nee

2. Ga je na groep 8 naar het Bonhoeffer College?

Ja/Nee

3. Wat is het eerste dat bij je opkomt bij het zien van de Open Huis Krant?

4. Beoordeling van de Open Huis Krant

Voor je ligt de Open Huis Krant. Blader de krant eens rustig door en noem daarna 3 positieve en 3 negatieve dingen op aan de krant.

Algemene opmerkingen

Positief

1.

2.

3.

Negatief

1.

2.

3.

5. Het Bonhoeffer College wil met deze krant meer bekendheid geven aan de Open Huis Dagen van de school. Denk je dat dit een goede manier is?

Zo nee:

Waarom niet?

Suggesties voor andere manieren?

6. Wat wilde jij graag weten over het Open Huis? Wat wilde je er graag over lezen?

Bijlage 7: Lijst van plussen en minnen, per communicatiemiddel

Website

Homepagina

Plussen:

- Goed dat er van elke locatie een eigen site is (5).
- Leuke foto in de rechterbovenhoek (3).
- Goed dat je kunt zoeken op de site(2).
- Mooi logo (3).
- Handig dat de datum van vandaag op de site staat.
- Handig die navigatiebalk rechts (2).

Minnen:

- Het logo hoeft er niet twee keer op te staan.
- Stomme tekst op de eerste pagina.
- Op de homepagina hoeft geen link naar de homepagina.
- Stom dat je niet op het logo kunt klikken als hyperlink.
- Niet mooi dat er letters door het plaatje in de rechterbovenhoek gaan.
- De pagina komt rommelig over.
- Je kunt als achtstegroeper niet goed zien dat er een hele eigen site voor je is. Dat mag wel duidelijker aangegeven worden.
- Lelijk lettertype waar de websites van de locaties mee worden aangegeven.
- Veel moeilijke woorden in het stuk tekst dat je als eerste ziet op de homepagina.
- Als je zoekt op de site, vind je niet wat je nodig hebt.
- Saaie kleuren.
- Rare verschillende kleuren in de navigatiebalk rechts.

Algemene informatie en het laatste nieuws

Plussen:

- Goed dat je vanaf hier ook weer gelijk naar een website van 1 van de locaties kunt (2).
- Goed dat het laatste nieuws wordt bijgehouden op de website (5).
- Er komt een uitrolblokje in beeld met de laatste nieuwsfeitjes, leuk.
- Handig dat je ook vanaf hier kunt zoeken op de site.
- Handige navigatiebalk rechts waar je veel informatie kunt vinden.

Minnen:

- Er moeten meer vrolijke kleuren komen. Nu is het veel te saai.
 - Er staat veel te veel nieuws op de site allemaal onder elkaar. Wie leest nou het onderste nieuws nog? (2).
 - Te weinig foto's, daardoor saai (2).
 - De nieuwsfeitjes zijn erg lelijk in beeld gebracht. Als een lap saaie stukjes tekst onder elkaar.
 - Die uitrolbalk had ook wel links in beeld kunnen verschijnen. Daar staat namelijk niks en nu komt dat blok over andere tekst heen (2).
 - De links naar de locaties staan ook al op de homepagina. Dit is dubbel.
 - De link naar Teletop staat ook al op de homepagina. Dit is alweer dubbel.
 - De hyperlinks hebben een lelijke beige kleur.
-

Locatie Bruggertstraat

Plussen:

- Datum in beeld is goed.
- Het adres rechts in beeld is handig (2).
- Leuk plaatje op de site van 'Hoera! Geslaagd!' (5).
- Goed dat de site begint met algemene informatie over de Bruggertstraat (2).
- Leuk dat je elke week een stelling hebt om op te stemmen.
- Mooie navigatiebalk boven in beeld.
- Handige informatiebalk rechts (2).
- Inleiding is goed en als je meer wilt weten moet je doorklikken. Is goed zo.
- Goed dat er zoveel informatie op staat.

Minnen:

- Er staat gelijk zoveel tekst in beeld.
- Er mogen wel wat meer foto's op de site komen.
- Er staan teveel stukken met nieuws. Zelfs nog van vorig jaar. Dat kan niet meer.
- De tekst met nieuwsfeiten loopt veel te lang door (2).
- 'Aanmelden nieuwe brugklassers' mag er wel als een drukknop blijven staan, maar dan moet die info daaronder weg. Dan moeten mensen maar gewoon op die knop drukken.
- De roosterwijzigingen staan er altijd te laat of soms helemaal niet op.

Pagina voor als je in groep 8 zit

Plussen:

- Heel mooi.
- Mooie kleuren (3).
- Leuke plaatjes.
- Leuk verhaaltje rechts in beeld (20).
- Heel vrolijk. De leukste site van allemaal
- Een bruin kind in de klas betekent dat de school voor iedereen is. Leuk!
- Het muisje links onderin en het smily poppetje rechts bovenin zijn lieve poppetjes.

Minnen:

- Slaat nergens op dat je te weten kunt komen op welke dag je bent geboren. Dat kan wel helemaal weg (3).
- Weinig informatie voor groep 8-leerlingen.
- De site ziet er veel te kinderachtig uit (2).
- De tekst onderin beeld klopt niet. Op de Wethouder Beversstraat zit je maar 2 jaar.
- De gele 'Hallo' letters zijn onduidelijk door de lichte achtergrond (2).
- De zwart/wit steentjes bij de ingang snap ik niet. Die kunnen wel weg.

School in beweging

Plussen:

- Leuk van die 'beweging' bewegende letters.
- Leuke foto van die jongen op de kop (2).
- Leuk dat ze zoveel moeite doen voor sport op school.
- Leuke site! Deze leerling houdt veel van sport.
- Eindelijk meer vrolijke kleuren. Veel leuker dan de rest van de hele website (2).

Minnen:

- Te veel tekst onder elkaar (3).
 - Er mogen wel meer foto's gelijk in het begin van de site komen.
-

- Saaie inleidende tekst.
 - Onderin de pagina zijn meer foto's. Daar is het wel leuk, maar dat zie je in het begin niet, dus de eerste indruk is saai.
 - Er kunnen links en rechts in beeld wel meer foto's van sportende kinderen komen.
 - Waarom niet een greep uit het afgelopen schooljaar, in plaats van uit het vorige schooljaar.
-

Locatiefoldertjes

Lijsterstraat

Voorkant:

- Je ziet op de foto te weinig van de locatie.
- Wel een leuke foto waarop kinderen vrolijk bezig zijn.

Binnenkant:

- Leuke foto's.

Achterkant:

- Te moeilijk taalgebruik.
- Leuke foto van blijde kinderen.
- Die plattegrond komt uit het niets en kan net zo goed weg.

Mekkelholtspad

Binnenkant:

- Teveel grote stukken tekst
- MIG/MAG lassen: wat betekent die afkorting?

Achterkant:

- Stom dat daar niet alleen het adres staat. Dat stuk tekst had ook wel op de vorige pagina gekund als het stukje 'Informatie en aanmelding' wat hoger was gekomen.

Geessinkweg

Binnenkant:

- Leuk dat er een mooie studieruimte is. Moet ook gezegd worden in de folder.
- Leuk dat je samen kunt leren.
- Handig dat erin staat hoe je je aan kunt melden.

Wethouder Beversstraat

Voorkant:

- Veel te druk. Helemaal niet meer overzichtelijk.

Binnenkant:

- Leuk dat er leerlingen aan het woord komen.
- Goed stukje van 'Goede school'.
- Goede uitleg over moderne school.

Achterkant:

- Goed dat je weet hoe je je aan kunt melden.
- Goed dat er iets in staat over veiligheid.
- 'Tot gauw' is een beetje een overbodig stukje. Dat kan ook wel weg. Leerling vindt dat hij zelf wel bepaalt of hij daar naar toe gaat en er hoeft dan ook niet 'tot gauw' te staan.

Van der Waalslaan

Binnenkant:

- Weinig huiswerk klinkt als een goede methode.
- Leuk voorbeeld over die kwallen.
- Er mogen wel wat meer foto's in de folder.

Achterkant:

- Goed dat er staat hoe je je kunt aanmelden.
 - Belachelijk dat het adres twee keer zo dicht onder elkaar staat. Dat kan op 1 van de plekken wel weg en daar kan dan een foto komen.
-

Van der Waalslaan VWO+

Totaaloordeel:

- Duidelijk taalgebruik
- Mooi kleurgebruik
- Kleur van het logo is saai

Bruggertstraat

Voorkant:

- Er staat veel te onduidelijk dat deze folder van de Bruggertstraat is. Dat hadden ze ook wel duidelijk bovenaan de folder kunnen zetten.
- 'Leren is leuk' is een goede tekst.

Binnenkant:

- Er staat een leuke foto in, maar er hadden ook wel meer foto's in mogen staan in plaats van zoveel tekst.

Bruggertstraat Zorg

Voorkant:

- Stom woord, dat zorgorganisatie.

Achterkant:

- Goed dat wordt benadrukt dat de school staat voor normen en waarden.
-

Jouw nieuwe school

Plussen:

Algemeen:

- Bladzijdes zijn mooi aangegeven.
- Leuk dat er veel foto's in staan (3).
- Goed dat de tekst voor kinderen niet te moeilijk is (2).
- Leuke stukjes waarin een brugklasser zijn mening geeft (4).
- Mooi formaat (2)
- Mooie kleuren

Voorkant:

- Leuke foto's.
- Leuk kleurgebruik.
- Mooie voorkant, fleurig (2).

Bladzijde 3:

- Goed dat daar gelijk de aankondiging van de Open Huis data staat (2).

Bladzijde 4:

- Zin 1: goede tekst.

Bladzijde 8:

- Alinea 1: goede tekst.

Bladzijde 9:

- Goed dat er info over de mentor wordt gegeven.

Bladzijde 10

- Alinea 1: goede tekst (2).

Bladzijde 12:

- Goed dat alle vakken opgenoemd worden (3).

Bladzijde 15:

- Leuk voorbeeld over techniek.

Bladzijde 16:

- Goed dat de goede punten van de school erin staan.

Bladzijde 18 & 19:

- Leuke drie kopjes over sport, drama en ontspanning (2).

Bladzijde 20:

- Goed dat er per locatie in staat welk opleidingsniveau daar is (2)

Bladzijde 23:

- Handige lijst van namen en adressen.
 - Goed dat de website genoemd wordt.
-

Minnen:

Algemeen:

- Irritant dat het boekje niet gewoon op het tafelblad blijft liggen.
- Lelijk lettertype in de balk in het midden.
- Balk in het midden is niet handig, want hoe weet je nou waar je verder moet lezen (4).
- Waarom niet twee bladzijdes per locatie erin zetten. Gewoon over elke locatie een beetje.
- Paginanummering is te groot.
- Vaak een opsomming van de locaties. Ze moeten de verschillende dingen maar allemaal bij elkaar zetten, zodat er uiteindelijk 1 rij komt van locaties met alle informatie die daarbij hoort.

Bladzijde 2:

- Er is geen inhoudsopgave (2).

Bladzijde 3:

- Waar de Open Huis data staan, begint elke locatiennaam met 'Locatie', behalve de locatie Wethouder Beversstraat begint met 'Juniorcollege'.

Bladzijde 12:

- De vakken staan niet mooi onder elkaar. Is slordig (2).
- De vakken staan er wel, maar je weet niet welk vak je krijgt in welk niveau.

Bladzijde 21:

- Deze informatie komt te vroeg voor iemand die in groep 8 zit. Dat mag wel weg.

Bladzijde 22:

- Lastig dat er in zo'n kort stukje zoveel afkortingen staan.

Bladzijde 24:

- Het adres van de website kun je makkelijk links onderin op de voorpagina zetten.

Bladzijde 25:

- Respondent ziet aan de foto rechts onderin dat deze bij SixFlags is gemaakt. Is toch een leuk uitje/schoolreisje, maar wordt in het boekje niks over gezegd. Hadden ze beter wel kunnen doen.
- Open Huis Dagen stonden er in het begin ook al in. Dubbel is overdreven.

Bladzijde 26 & 27:

- Nog een keer een adressenlijst. Beetje overbodig, maar deze met de plaatjes is wel de mooiste.

Achterkant:

- Open Huis data staan er dus drie keer in. Op de achterkant is wel een handige plek en in het begin ook. Die in het midden moeten dan maar weg.
-

Open Huis Krant

Eerste indruk:

- Mooi.
- Opvallend.
- Mooi en ook leuke foto's.
- Vrolijk.

Positieve kenmerken:

- Leuke stukjes over de locaties onderin de krant (5).
- Foto's maken het leuk om te lezen (2).
- Het gaat in de krant niet alleen over het onderwijs zelf, maar ook over dingen daarnaast. Dat is wel leuk (2).
- Leuk dat je foto's ziet van kinderen in de klas. Dan zie je hoe het echt op school is (2).
- Handig dat er van de SKOE en de VCO een lijst in staat met allemaal basisscholen (2).
- Leuk dat er veel informatie wordt gegeven over de Open Huis Dagen (4).
- Mooie voorkant.
- Goed dat er in een gedeelte in de krant aandacht wordt besteed aan hoe je je kunt aanmelden.
- Goede uitleg over de richtingen van het voortgezet onderwijs.

Negatieve kenmerken:

- De voorkant is mooi in kleur, doe je de krant open dan wordt in een keer alles zwart wit. Dat is wel een tegenvaller (7).
- Teveel reclame in de krant (7).
- Op de middenpagina staan bijna alleen maar foto's. Belachelijk dat daar bijna helemaal geen tekst staat.
- De pagina's met tekst moeten bij elkaar staan in het begin en alle reclame achterin de krant. Dan kun je zelf weten of je daar wel of niet naar kijkt. Want reclame hoort eigenlijk niet in deze krant.
- De krant komt over als een 'oud ding' door al die zwart wit foto's. Dat maakt het saai.
- Op elke bladzijde onderaan staat een stuk over de locaties. Dat is wel een beetje teveel van het goede.
- Stom dat er op de achterkant iets over het ROC staat en niet over het Bonhoeffer College.

Is de krant een goede manier om bekendheid te geven aan de Open Huis Dagen?

- Ja (3)
- Nee, je kunt net zo goed een folder gebruiken.
- Nee, je kunt net zo goed een flyer gebruiken.
- Nee, je kunt reclame bij tv oost doen bijvoorbeeld.
- Nee, ik zou de krant zo weggooien. Je kunt net zo goed een kort foldertje van bijvoorbeeld 2 bladzijden gebruiken dat alleen over de Open Huis Dagen gaat (2).

Wat wilden respondenten weten over de school?

- Welke leraren er zijn.
 - Welke vakken je krijgt (2).
 - Hoe ze op het Bonhoeffer College lesgeven.
 - Of er een mooi studiehuis is (2).
 - Wat voor huiswerk je krijgt
-