

Kansrijk kiezen in het MBO

Citation for published version (APA):

Bakens, J., Eijkenboom, D., Fouarge, D., van Guilik, N., Pestel, N., & Seifert, F. (2025). *Kansrijk kiezen in het MBO: Overwegingen van jongeren bij hun studiekeuze*. ROA. ROA Reports Nr. 007
<https://doi.org/10.26481/umarep.2025007>

Document status and date:

Published: 30/10/2025

DOI:

[10.26481/umarep.2025007](https://doi.org/10.26481/umarep.2025007)

Document Version:

Publisher's PDF, also known as Version of record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

Kansrijk kiezen in het MBO

Overwegingen van jongeren bij hun studiekeuze

Jessie Bakens
Danique Eijkenboom
Didier Fouarge
Nadine van Guilik
Nico Pestel
Felix Seifert

ROA Rapport

ROA-R-2025/7

Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt | ROA
Research Centre for Education and the Labour Market | ROA

Colofon

© Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA). Niets uit deze uitgave mag op enigerlei wijze worden vermenigvuldigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de directeur van het ROA.

Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt

Postbus 616

6200 MD Maastricht

T +31 43 3883647

secretary-roa-sbe@maastrichtuniversity.nl

www.roa.nl

School of Business and Economics

Maastricht University

Dit onderzoek is tot stand gekomen met subsidie van Instituut Gak.



Vormgeving

ROA secretariaat, Maastricht

Vormgeving: ROA secretariaat, Maastricht

ISSN: 2666-8858

DOI: 10.26481/umarep.2025007

oktober 2025

Inhoud

Samenvatting	iv
1 Inleiding	1
2 Literatuurstudie	3
2.1 Motieven voor studiekeuze	3
2.2 Informatiebronnen bij studiekeuze	8
2.3 Samenvatting	16
3 Relatie tussen arbeids-marktkansen van opleidingen en instroom	18
3.1 Methodiek en Data	19
3.2 Resultaten	20
4 De rol van informatie en informatiekkanalen voor de studiekeuze van jongeren	23
4.1 Dataverzameling	23
4.2 Bevindingen over besluitvormingsproces bij de studiekeuze	25
5 Discussie en implicaties	45
5.1 Reflectie op de belangrijkste bevindingen	45
5.2 Opbrengsten voor beleid	46
6 Literatuur	48

Samenvatting

Tegen de achtergrond van de structurele arbeidsmarktkrapte is het van maatschappelijk belang dat jongeren kiezen voor studies die niet alleen aansluiten bij hun interesses en talenten, maar ook leiden tot beroepen met goede arbeidsmarktperspectieven en maatschappelijke waarde – met name in sectoren zoals zorg, onderwijs en techniek. Zo een “kansrijke studiekeuze” is van belang voor zowel het individu als de samenleving. Het centrale doel van dit onderzoek is om beter te begrijpen hoe jongeren in het mbo hun studiekeuze maken en hoe zij gestimuleerd kunnen worden om voor kansrijke opleidingen te kiezen. Daarbij wordt onderzocht welke informatie jongeren gebruiken, via welke kanalen zij die verkrijgen, hoe zij arbeidsmarktkansen meewegen en welke afwegingen zij maken. Het onderzoek combineert literatuurstudie, kwantitatieve analyses van onderwijsdata, kwalitatief veldonderzoek op mbo-scholen en een enquête met experimentele elementen onder mbo-afgestudeerden.

Hoofdstuk 2 gaat in op de vraag hoe jongeren hun studiekeuze maken en welke modellen de – economische, sociologische en psychologische – literatuur hanteert om de factoren en de informatiebronnen te identificeren die relevant zijn voor het studiekeuzeproces. Aan de hand van een literatuurstudie richt dit hoofdstuk zich op drie centrale dimensies die jongeren doorgaans overwegen bij hun studiekeuze: persoonlijke voorkeuren, competenties en arbeidsmarktperspectieven. De literatuur biedt inzicht in de structurele processen waarmee jongeren ontdekken wat zij belangrijk vinden (“wat vind ik leuk?”), waar zij goed in zijn (“waar ben ik goed in?”), en welke opleidingen hen uitzicht bieden op werk (“wat kan ik ermee?”). Uit de literatuur blijkt dat jongeren hun keuzes vooral baseren op persoonlijke voorkeuren en competenties, en arbeidsmarktperspectieven in beperktere mate worden meegewogen. Idealiter zouden deze perspectieven een grotere rol moeten spelen, zeker in het licht van arbeidsmarktkrapte en snelle technologische ontwikkelingen. Veel jongeren hebben echter een beperkt of onjuist beeld van toekomstige baankansen, wat de kans op een mismatch of keuzespijt vergroot. Verder blijkt dat jongeren gebruikmaken van uiteenlopende informatiebronnen. Formele kanalen, zoals websites, brochures en open dagen, ondersteunen de eerste oriëntatie, terwijl informele bronnen – zoals ouders, vrienden en sociale netwerken – een sterke invloed hebben op motivatie en beeldvorming. De rol van sociale media groeit hierbij snel. Toch is nog onvoldoende bekend welke informatie jongeren daadwerkelijk gebruiken en via welke kanalen deze het meest effectief wordt overgebracht. Verdere kennis hierover is cruciaal voor het ontwikkelen van gerichte en effectieve voorlichting en begeleiding.

Hoofdstuk 3 onderzoekt in hoeverre er momenteel sprake is van kansrijke keuzes binnen het mbo. Goede arbeidsmarktperspectieven vormen een belangrijk onderdeel van wat een opleiding kansrijk maakt. Dit hoofdstuk richt zich specifiek op de vraag in welke mate het aantal inschrijvingen per mbo-opleiding beïnvloed wordt door (veran-

deringen in) arbeidsmarktperspectieven. Aan de hand van administratieve onderwijsdata en gegevens over arbeidsmarkttuitkomsten van eerdere cohorten gediplomeerden, analyseren we de relatie tussen arbeidsmarktkansen en opleidingskeuze. Uit de analyses blijkt dat mbo-opleidingen met een sterkere aansluiting op de arbeidsmarkt – bijvoorbeeld in termen van baan zekerheid of loon – meer studenten aantrekken. Dit wijst erop dat jongeren (of hun omgeving) gevoelig zijn voor arbeidsmarktinformatie bij het maken van hun studiekeuze. Arbeidsmarkttuitkomsten lijken dus wel degelijk een rol te spelen in het keuzeproces, al is het onduidelijk in hoeverre deze informatie bewust wordt meegewogen of onbewust via beeldvorming wordt opgepikt.

In **hoofdstuk 4** staat daarom de vraag centraal welke informatie een rol speelt in het profiel- en studiekeuzeproces van mbo-studenten en via welke kanalen jongeren deze informatie verkrijgen. Aan de hand van kwalitatieve interviews op mbo-scholen, een grootschalige enquête onder recent afgestudeerde mbo'ers en aanvullend vignetonderzoek is onderzocht welke informatie relevant wordt geacht bij het maken van een studiekeuze. Daarbij is gekeken naar zowel objectieve arbeidsmarktinformatie – zoals baankansen en verwachte lonen – als subjectieve inschattingen, zoals de ervaren geschiktheid voor een beroep en de persoonlijke aantrekkelijkheid ervan. Ook is in kaart gebracht welke informatiekanalen (zoals gesprekken met ouders of mentoren, sociale media, websites van onderwijsinstellingen of open dagen) jongeren gebruiken om deze informatie te verzamelen. Het doel van dit deel van het onderzoek is om de Loopbaanoriëntatie, -ontwikkeling en -begeleiding (LOB) te verrijken met nieuwe en gedetailleerde inzichten over welke informatie jongeren richting geeft in hun keuzes, en via welke kanalen deze informatie het meest effectief overkomt. Op basis van dit onderzoek wordt duidelijk dat jongeren hun studiekeuze vooral baseren op persoonlijke voorkeuren en inschattingen van hun eigen kunnen. Aspecten zoals “wat vind ik leuk?” en “waar ben ik goed in?” blijken het vaakst te zijn meegewogen. Arbeidsmarktoverwegingen – zoals baankansen, salaris en maatschappelijke relevantie – spelen in de praktijk een minder belangrijke rol. Toch tonen de resultaten van het vignetonderzoek aan dat jongeren wél gevoelig zijn voor objectieve arbeidsmarktinformatie wanneer deze duidelijk en concreet wordt gepresenteerd. Vooral salaris en baan zekerheid blijken van belang in keuzesituaties, waarbij het belang van salaris na diplomering net zo zwaar meeweegt als het belang van de mate waarin de opleiding matcht met het eigen kunnen. De keuzeprocessen worden vroeg genomen vinden jongeren in de gesprekken die wij met ze hebben gevoerd: de meeste jongeren maken hun keuze ruim voor de inschrijfdeadline en twifelen daar relatief weinig over. Ze ervaren de beslissing vaak als rationeel en doordacht. Tegelijkertijd geven velen aan dat hun uiteindelijke ervaring met de opleiding niet altijd overeenkomt met hun oorspronkelijke verwachtingen, wat het belang benadrukt van realistische en toegankelijke voorlichting. Wat betreft de gebruikte informatiebronnen blijkt dat open dagen, websites van mbo-scholen en persoonlijke gesprekken met ouders, familieleden en schoolbegeleiders (zoals mentoren en decanen) een belangrijke rol spelen. Digitale en sociale media zoals TikTok, YouTube of LinkedIn worden slechts heel beperkt genoemd als bron van informatie. Jongeren vinden gesprekken met docenten en ouders vooral waardevol



voor het verkrijgen van inzicht in hun eigen competenties en in de arbeidsmarktkansen van opleidingen, terwijl open dagen en meeloopmomenten vooral helpen bij het ontdekken van persoonlijke interesses. Geen enkele bron blijkt echter op zichzelf bepalend: studenten baseren hun keuzes meestal op een combinatie van informatiekkanalen.

De bevindingen van ons onderzoek maken duidelijk dat jongeren behoefte hebben aan betrouwbare, gerichte informatie die aansluit bij hun persoonlijke belevingswereld. Vooral arbeidsmarktperspectieven zouden beter ingebed moeten worden in loopbaan-oriëntatie, -ontwikkeling en -begeleiding (LOB), bij voorkeur op een manier die inzichtelijk maakt hoe deze zich verhouden tot persoonlijke voorkeuren en talenten. Zo kan LOB effectiever bijdragen aan weloverwogen, kansrijke keuzes die passen bij zowel de ambities van jongeren als de behoeften van de arbeidsmarkt.

1 Inleiding

Tegen de achtergrond van de huidige en toekomstige krapte op de arbeidsmarkt in verschillende sectoren van de economie is het voor de samenleving van groot belang dat jongeren studies kiezen die niet alleen goede arbeidsmarktperspectieven bieden, maar ook bijdragen aan maatschappelijk relevante beroepen, zoals in de zorg, het onderwijs en de techniek. Een toekomstbestendige, aldus “kansrijke” studiekeuze is daarmee niet alleen van individueel belang – in termen van baankansen, inkomenszekerheid en loopbaanontwikkeling – maar ook essentieel voor het goed functioneren van de samenleving als geheel. Wij hanteren de term “kansrijke studiekeuze” en verstaan deze als een keuze voor een opleiding die leidt tot beroepen waar structurele vraag naar is, die maatschappelijke impact hebben, en die passen bij de interesses en talenten van de student. Door jongeren beter te ondersteunen bij het maken van zulke keuzes, kan zowel hun persoonlijke toekomst als de collectieve veerkracht van de arbeidsmarkt en de samenleving versterkt worden.

De centrale vraag van dit onderzoek is hoe meer jongeren meer gestimuleerd kunnen worden om te kiezen voor een kansrijke studie. Het onderzoek richt zich op de studiekeuze in het middelbaar beroepsonderwijs (mbo) en heeft als doel vanuit verschillende perspectieven goed zicht te krijgen op hoe het studiekeuzeproces verloopt en welke factoren voor jongeren een belangrijke rol spelen bij het kiezen voor een mbo-opleiding.¹ Wij vragen: Hoe maken jongeren hun keuze? Welke informatie vinden zij relevant en via welke kanalen verkrijgen zij deze? Hoe belangrijk zijn arbeidsmarktkansen? Welke afruil zijn jongeren bereid te maken tussen verschillende aspecten van een toekomstig beroep? Om deze vragen te beantwoorden, wordt gebruikgemaakt van een combinatie van verschillende onderzoeksmethoden, waaronder een analyse van bestaande literatuur, kwantitatieve analyses van administratieve onderwijsdata, kwalitatief onderzoek op mbo-scholen en een enquête onder recent afgestudeerde mbo-studenten, waarin ook een experimenteel onderdeel is opgenomen.

De opbouw van dit rapport is als volgt: **Hoofdstuk 2** bespreekt hoe jongeren hun studiekeuzeproces doorlopen. Op basis van een uitgebreide literatuurstudie worden drie belangrijke keuzedimensies onderscheiden: persoonlijke voorkeuren, competenties en arbeidsmarktperspectieven. Ook wordt gekeken naar de rol van verschillende informatiebronnen in dit proces. **Hoofdstuk 3** onderzoekt met behulp van administratieve onderwijsdata en arbeidsmarktgegevens in hoeverre arbeidsmarktperspectieven

¹ Dit onderzoek is tot stand gekomen met subsidie van Instituut Gak. Over dit onderzoek is een korte [introdunctievideo](#) gemaakt. Wij danken de begeleidingscommissie – Marc van de Steeg (OCW), Hugo Vink (S-BB) en Michel Zijffers (ExpertisepuntLOB) – voor de waardevolle discussies en reflecties, alsook deelnemers aan onze workshop tijdens de jaarlijkse bijeenkomst van Instituut Gak op 3 juni 2024, de deelnemers van het Instituut Gak seminar rond studie keuze op 3 december 2024 en de deelnemers van de BIBB/IAB/ROA workshop op 2 en 3 juni 2025 voor hun feedback.



invloed hebben op mbo-keuzes. Door inschrijvingscijfers te koppelen aan arbeidsmarktuitkomsten wordt nagegaan of jongeren gevoelig zijn voor baankansen en beloning bij hun opleidingskeuze. **Hoofdstuk 4** richt zich op de informatie en kanalen die jongeren gebruiken bij hun keuzeproces. Op basis van kwalitatieve interviews, een grootschalige enquête en aanvullend vignetonderzoek wordt in kaart gebracht welke informatie jongeren belangrijk vinden en hoe zij die verzamelen.

2 Literatuurstudie

2.1 Motieven voor studiekeuze

Het studiekeuzeproces is een dynamisch proces dat zich ontvouwt over meerdere fasen, in plaats van een eenmalige beslissing op een specifiek moment (Amalba et al., 2017; Holdsworth & Derek, 2006). Gedurende dit proces overwegen studenten verschillende factoren voordat ze een definitieve keuze maken. Daardoor wordt studiekeuze vaak gezien als een multidimensionaal en interactief traject (Canals et al., 2023; Germeijs & Verschueren, 2006; Sojkin et al., 2012). De ontwikkeling van wetenschappelijke modellen gerelateerd aan studiekeuze heeft zich aangepast aan de continue veranderingen binnen het onderwijslandschap, waaronder de groeiende commercialisering van het onderwijs (Waslander, 2018). Deze trend naar commercialisering heeft geleid tot een verhoogde focus op marketingstrategieën, branding, en concurrentie tussen onderwijsinstellingen om studenten te werven (Visser, 2016). De toenemende aandacht voor het studiekeuzeproces heeft daardoor geleid tot parallelle ontwikkelingen in verschillende disciplines, waaronder marketing, economie en sociologie (Fouarge et al., 2016). Elk van deze disciplines onderzoekt vanuit zijn eigen perspectief de complexiteit van studiekeuze.

Binnen deze multidisciplinaire benadering vormt het begrijpen van de onderliggende overwegingen van studiekeuzers een centraal element. Dit hoofdstuk concentreert zich daarom op drie aspecten die frequent worden overwogen bij het maken van een studiekeuze: preferenties, competenties en arbeidsmarktperspectieven. Deze drie dimensies worden in de literatuur benoemd als fundamentele pijlers waarop studiekeuzes rusten (Gelderblom et al., 2023; Fouarge et al., 2016; Urtasun & Núñez, 2012; Valet et al., 2021). Vanuit een beleidsmatig perspectief is het belangrijk dat een gekozen studierichting niet alleen aansluit bij de vaardigheden en interesses van een individu, maar ook perspectief biedt op de arbeidsmarkt (Davies et al., 2013; Fouarge et al., 2017; Kerr et al., 2020; de Koning et al., 2025). Dit versterkt namelijk de weerbaarheid van studenten tegen economische verschuivingen en veranderingen binnen specifieke sectoren (Non et al., 2024). In een wereld waarin technologische en economische ontwikkelingen elkaar snel opvolgen, is het vermogen om zich aan te passen aan nieuwe omstandigheden van onschatbare waarde (Hötte et al., 2023; Kraus et al., 2023).

Deze driedeling sluit aan bij zowel economische als sociologische benaderingen van studiekeuze: waar economische modellen studiekeuze beschouwen als een rationele afweging van kosten en baten (Becker, 1964; Boudon, 1974; Fouarge et al., 2016; Janssen et al., 2021; Rosen, 1983; Waslander & Glebbeek, 1996), benadrukt de sociologische literatuur hoe sociale achtergrond, verwachtingen en rolmodellen jongeren sturen in hun

keuzes (Blau & Duncan, 1967; Diemer & Ali, 2009; Diemer & Blustein, 2007; Maniu & Maniu, 2014; Quite et al., 2013; Vrontis et al., 2007).

Dit hoofdstuk verdiept zich echter verder dan het louter identificeren van relevante arbeidsmarktinformatie voor studiekeizers; het onderzoekt ook de structurele processen waardoor jongeren ontdekken wat zij waarderen ("wat vind ik leuk") en waarin zij uitblinken ("waar ben ik goed in") en waarmee ze goede perspectieven op de arbeidsmarkt verkrijgen ("wat kan ik ermee"). Deze aspecten kunnen niet geïsoleerd worden beschouwd van de informatievoorziening waarmee jongeren worden geconfronteerd. Informatie fungeert als de fundamenteen waarop zij hun interesses en vaardigheden verkennen en beoordelen in relatie tot mogelijke studiepaden.

Preferenties en competenties

Onderzoek laat zien dat jongeren hun vakken en studierichtingen kiezen zodat deze aansluiten bij hun persoonlijke interesses of overeenkomen met hun huidige educatieve aspiraties en toekomstige carrièreplannen (Ahmed et al., 2017; Demulder et al., 2019; Dijks, 2023; Rekers-Mombarg et al., 2010). In het proces van het ontdekken van voorkeuren en talenten is het daarom logisch dat jongeren hun persoonlijke interesses gebruiken als indicatoren voor wat zij aantrekkelijk vinden (Nemar et al. 2020). Individuen die bijvoorbeeld genieten van creatieve activiteiten kunnen zich aangetrokken voelen tot een opleiding in de kunsten, terwijl diegenen met een voorliefde voor getallen wellicht een financiële of wiskundige studierichting overwegen. Recente bevindingen bevestigen dit patroon: jongeren baseren hun studiekeuze veelal op persoonlijke interesses, terwijl arbeidsmarktperspectieven een minder prominente rol spelen (Fouarge et al., 2017; Van den Berg et al., 2020; Van den Broek et al., 2023).

Een belangrijke psychologische factor in dit keuzeproces is de verwachting van zelf-effectiviteit. Jongeren die positieve verwachtingen hebben over hun eigen kunnen, ontwikkelen meer zekerheid over hun keuzes en tonen meer vastberadenheid binnen hun studietraject (Larose et al., 2006; Schunk & DiBenedetto, 2020). Aan de andere kant tonen studenten met minder vertrouwen in hun competenties vaak een verminderde interesse in specifieke carrièrepaden, wat hun keuzeproces kan bemoeilijken (Lee et al., 2021; Schmader et al., 2004).

Binnen het economisch perspectief worden voorkeuren en competenties beschouwd als input in een rationele kosten-batenafweging. Economische theorie veronderstelt dat studenten hun eigen bekwaamheden evalueren in relatie tot potentiële opbrengsten van opleidingen. In dit licht kunnen voorkeuren gezien worden als subjectieve waarderingen van de baten (zoals werkplezier of status), terwijl competenties de verwachte slaagkans in een opleiding beïnvloeden – beide factoren zijn belangrijk bij het inschatten van toekomstige rendementen. Echter, empirisch onderzoek wijst uit dat jongeren moeite hebben met het inschatten van deze baten en hun eigen capaciteiten, wat de rationele berekening bemoeilijkt (Betts, 1996; Hastings et al., 2016). Een verkeerd zelfbeeld van competentie kan zo leiden tot suboptimale keuzes (Arcidiacono et al., 2025).

Deze beperkingen in inschattingsvermogen en zelfbeeld benadrukken dat studiekeuze niet enkel het resultaat is van rationele afwegingen, maar ook beïnvloed wordt door bredere sociale en culturele factoren.

Het sociologische perspectief biedt hiervoor een aanvullende lens: voorkeuren en competenties zijn niet enkel individuele eigenschappen, maar worden mede gevormd door sociale achtergrond, culturele verwachtingen en geslachtsspecifieke socialisatie. Volgens de genderrol socialisatietheorie worden interesses en zelfpercepties beïnvloed door impliciete normen binnen gezin en schoolcontext (Carlana, 2019; Van der Vleuten, 2022). Jongeren uit lagere sociaaleconomische milieus hebben bovendien vaak minder toegang tot rolmodellen en informatiebronnen, wat hun voorkeuren vernauwt tot bekende of sociaal geaccepteerde opties (Diemer & Blustein, 2007).

Baankansen en lonen

Een weloverwogen keuze voor studie en loopbaan vereist een zorgvuldige afweging tussen de afstemming op individuele talenten en interesses en de perspectieven op de arbeidsmarkt (Savioni et al., 2023). Vanuit economisch perspectief vormt deze afweging de kern van de rationele keuze. Volgens deze benadering kiezen studenten hun opleiding op basis van verwachte arbeidsmarktopbrengsten, zoals baankansen en inkomen. Hoewel eerder onderzoek aantoont dat jongeren hun studiekeuze vaak baseren op persoonlijke interesses (Fouarge et al., 2017; van den Berg et al., 2020; van den Broek et al., 2023), blijkt uit het rapport 'LOB & kansrijke keuzes op het vmbo' van Gelderblom et al. (2023) dat vmbo-leerlingen daarnaast veel waarde hechten aan de arbeidsmarktkansen van hun profielkeuze (90%) en vervolgopleiding (92%). Voor vmbo-leerlingen lijkt de baankans dus een minstens zo belangrijke overweging als aansluiting bij persoonlijke interesses. Daarnaast geeft 76% van hen aan het (heel) belangrijk te vinden dat de gekozen opleiding later leidt tot een goed inkomen (Gelderblom et al., 2023).

Tegelijkertijd zijn deze bevindingen niet zonder meer generaliseerbaar naar andere onderwijsgroepen. Uit meerdere studies blijkt dat mbo- en ho-studenten hun studiekeuze juist in sterke mate baseren op intrinsieke motivatie – zoals interesse in de opleiding en aansluiting bij persoonlijke competenties – in plaats van op arbeidsmarktperspectieven (Fouarge et al., 2017; Van den Berg et al., 2020; Van den Broek et al., 2023). Zo laat het onderzoek van Fouarge et al. (2017) zien dat carrièremogelijkheden weliswaar een rol spelen bij de studiekeuze van mbo-studenten, maar vaak minder bepalend zijn dan persoonlijke voorkeuren en capaciteiten. Van de mbo-gediplomeerden geeft 44% aan dat toekomstige werkgelegenheid een (heel) belangrijke factor was, terwijl 84% interesse in de opleiding noemt, en 71% verwijst naar persoonlijke competenties. Aangezien dit onderzoek gebaseerd is op terugblikken van gediplomeerden, rijst de vraag of studenten hun oorspronkelijke motivatie met terugwerkende kracht herinterpreteren, of dat de motivatie daadwerkelijk verschuift tijdens de overstap van vmbo naar mbo.

Vanuit sociologisch perspectief kan de manier waarop jongeren hun studiekeuze maken deels verklaard worden door de rol van culturele voorkeuren, normatieve verwachtingen en sociale omgeving. Zoals eerder besproken, hebben jongeren uit bepaalde milieus beperkte toegang tot accuraat arbeidsmarktinzicht, en beperken zij hun oriëntatie vaak tot sectoren die sociaal nabij aanvoelen (Diemer & Blustein, 2007). Dit maakt hen kwetsbaar voor stereotiepe beeldvorming en informeel verkregen, soms verouderde, opvattingen over studies en beroepen. Negatieve beeldvorming rond mbo-opleidingen ontmoedigt potentiële instroom, zelfs wanneer deze opleidingen objectief goede arbeidsmarktperspectieven bieden en terwijl experts aangeven dat het verbeteren van de beeldvorming rond mbo opleidingen een effectieve maatregel is om studiekeuzers richting tekortsectoren te sturen (de Boer et al., 2024). Het verstrekken van accurate arbeidsmarktinformatie op beroepsniveau is daarom essentieel om studenten een realistischer beeld van het werkveld en de carrièremogelijkheden te bieden.

Verder contrasteren de resultaten van Gelderblom et al. (2023) ook met de recente conclusies van het Centraal Planbureau (CPB), dat in 2024 rapporteerde dat verwachte salarissen of baankansen geen rol spelen bij de studiekeuze van vmbo-scholieren. Ondanks verslechterende arbeidsperspectieven in bepaalde sectoren, zoals de creatieve industrie en ICT, bleef het aantal inschrijvingen voor mbo-opleidingen in deze gebieden stabiel (Non et al., 2024). French & Oreopoulos (2017) verklaren dit fenomeen vanuit een gedragseconomisch perspectief, waarbij jongeren zich vaak sterker richten op directe dan op toekomstige voordelen. Deze focus op het heden gaat gepaard met uitstelgedrag, waardoor er minder tijd en ruimte overblijft voor een weloverwogen studiekeuze.

Daarnaast wijzen French & Oreopoulos (2017) op een algemene onderbelichting van het keuzeproces zelf. Dit kan samenhangen met het feit dat nadenken over studiekeuze veel mentale inspanning vergt, terwijl leerlingen al te maken hebben met stressvolle omgevingsfactoren (Nemar et al., 2020). Hoewel deze gedragseconomische benadering waardevolle inzichten biedt, blijft de rol van institutionele ondersteuning opvallend onderbelicht. De auteurs richten zich primair op interventies die het gedrag van individuen moeten corrigeren, maar gaan nauwelijks in op de vraag hoe scholen, overheden en onderwijsinstellingen structureel kunnen bijdragen aan een ondersteunend keuzeproces. Denk hierbij aan vroegtijdige loopbaanoriëntatie, actieve begeleidingstrajecten of het toegankelijk maken van mentorschap voor risicogroepen. Door het ontbreken van deze institutionele dimensie blijft de analyse hangen in een technocratische logica van gedragsefficiëntie, waarin jongeren vooral als beslissende maar feilbare individuen worden benaderd – en niet als actoren die navigeren binnen een vaak ontoegankelijk of passief systeem.

De rol van technologie

Ook technologische ontwikkelingen zoals robotisering, automatisering, digitalisering en kunstmatige intelligentie veranderen de arbeidsmarkt ingrijpend (Acemoglu & Restrepo, 2018). Beroepen verdwijnen of veranderen, terwijl nieuwe ontstaan (Acemoglu et al., 2023; Ter Weel, 2018). Vooral mbo-afgestudeerden in routinematige beroepen

ervaren een daling in werkgelegenheid van 3,5% in het afgelopen decennium (Ter Weel et al., 2021). Toch houden mbo-studenten bij hun studiekeuze weinig rekening met deze technologische verschuivingen, wat leidt tot mismatches op de arbeidsmarkt (Bakens et al., 2023). Opvallend is dat nog altijd ruim één op de acht Nederlandse jongeren en één op de vier jongeren met een niet-westerse migratieachtergrond kiest voor beroepen met een hoog routinematig karakter (Ter Weel et al., 2021). Daarom pleiten Ter Weel et al. (2021) voor betere informatievoorziening aan vmbo- en mbo-studenten, met een actieve rol voor docenten en loopbaanbegeleiders in het wegnemen van vooroordelen en het bieden van realistische arbeidsmarktinzichten.

In het licht van snelle technologische veranderingen en toenemende automatisering wordt de aansluiting tussen studiekeuze en de realiteit van de arbeidsmarkt steeds urgenter. Hoewel de huidige krapte op de arbeidsmarkt jongeren op korte termijn kansen biedt, leidt dit op langere termijn tot problemen wanneer zij kiezen voor beroepen met beperkte toekomstbestendigheid. Jongeren zijn vaak onvoldoende bewust van welke banen structureel in trek blijven en welke juist onder druk staan door technologische ontwikkelingen zoals digitalisering en automatisering (Bakens & Fouarge, 2022; Ter Weel et al., 2021). Hierdoor blijft de maatschappelijke behoefte aan personeel in sectoren met structurele tekorten vaak onderbelicht. Een kansrijkere en bovendien lange termijnoplossing is om in te spelen op de studie- en beroepskeuze van jongeren (de Koning, 2022).

Daarnaast blijken jongeren moeite te hebben met het kiezen van een passende opleiding en passend beroep (Pleititz et al., 2015). De percepties van jongeren ten aanzien van arbeidsmarktkansen (Arcidiacono et al., 2012; Baker et al., 2018), beroepsbeelden (Sikora, 2018), ambitieniveau (Sabates et al., 2011), cognitieve eisen (Bettinger & Long, 2009) en loon- en arbeidsmarktverwachtingen (Jensen, 2010) zijn vaak incorrect. Studenten die een studie kiezen met minder goede arbeidsmarktperspectieven krijgen eerder spijt van hun studiekeuze (Borghans et al., 2015; Roese & Summerville, 2005; Somers & Fouarge, 2017).

Kansrijk kiezen door betere arbeidsmarktinformatie

Gezien deesignaleerde kloof tussen studiekeuze en arbeidsmarkt rijst de vraag of betere informatievoorziening effectief kan bijdragen aan betere keuzes. Recent studies tonen aan dat het verstrekken van gerichte arbeidsmarktinformatie jongeren helpt bij het ontwikkelen van een realistischer beroepsbeeld en daarmee hun keuzes positief beïnvloedt. Een illustratief onderzoek is uitgevoerd door De Koning et al. (2025), waarbij vmbo-leerlingen concrete arbeidsmarktinformatie ontvingen over beroepen die zij overwogen. Dit experiment liet zien dat leerlingen met toegang tot deze specifieke informatie beter in staat waren om arbeidsmarktperspectieven van opleidingen en beroepen in te schatten, en daardoor vaker kozen voor toekomstbestendige opleidingen met gunstige arbeidsmarktkansen en loon. Maar ook in deze studie blijft het onduidelijk hoe leerlingen deze informatie precies verwerken en welke overwegingen uiteindelijk doorslaggevend zijn in hun keuzes.

Deze nuancering sluit aan bij de al eerdere gediscussieerde bredere uitdaging: jongeren baseren hun studiekeuzes over het algemeen vaker op persoonlijke interesses dan op feitelijke arbeidsmarktperspectieven (Baker et al., 2018; Fouarge et al., 2017; van den Berg et al., 2020; van den Broek et al., 2023). Studiekeuzebegeleiding (LOB) speelt hierin een belangrijke rol. In de praktijk blijkt deze begeleiding echter sterk gericht te zijn op zelfkennis en leerprestaties, terwijl essentiële vaardigheden zoals het ontwikkelen van een realistisch beroepsbeeld en het adequaat inschatten van arbeidsmarktperspectieven minder aandacht krijgen (Draaisma et al., 2018). Dit is problematisch, omdat juist het beeld dat studenten hebben van de inhoud van een opleiding een doorslaggevende rol speelt bij hun uiteindelijke studiekeuze (de Boer et al., 2024). Verbetering vraagt om een meer geïntegreerde aanpak, waarin arbeidsmarktinformatie structureel wordt verweven in begeleidingstrajecten. De Koning et al. (2025) schrijven het succes van hun informatie interventie toe aan het feit dat de arbeidsmarktinformatie die zij geven aan vmbo'ers geïntegreerd is in een LOB-platform dat tot doel heeft leerlingen te leren ontdekken wat zij leuk vinden en welk beroep bij hen past.

Hoewel accurate arbeidsmarktinformatie waardevol is, blijft één aspect relatief onderbelicht: hoe jongeren eigenlijk tot hun voorkeuren en zelfinschattingen komen. De bestaande literatuur richt zich vooral op welke informatie relevant is voor studiekeuze, maar besteedt minder aandacht aan de onderliggende psychologische en sociale processen waarin jongeren overtuigingen vormen over hun interesses en capaciteiten. Een dieper begrip van deze dynamiek is cruciaal voor effectieve begeleiding: het stelt scholen in staat niet alleen te sturen op wat jongeren kiezen, maar ook op hoe zij keuzes construeren. Dit is des te belangrijker omdat scholieren al vroeg in hun schoolloopbaan profielkeuzes maken die latere opleidingsroutes kunnen afsluiten of beperken (Non et al., 2024). Juist in deze vroege fase is gerichte ondersteuning nodig, waarbij jongeren toegang krijgen tot uiteenlopende informatiebronnen en perspectieven. Die diversiteit helpt hen bij het herkennen van kansrijke opties en bij het kritisch bevragen van hun eigen aannames (Poole et al., 2023).

In dit deel hebben we onderzocht welke informatie van belang is bij profiel- en studiekeuzes. Minstens zo belangrijk is echter de vraag hoe jongeren toegang krijgen tot die informatie. Welke informatiekkanalen zijn daarbij bepalend, en waarom vertrouwen jongeren bepaalde bronnen wél en andere niet? Die vragen staan centraal in het volgende deel, waarin we ons richten op de rol van informatiekkanalen.

2.2 Informatiebronnen bij studiekeuze

In het complexe proces van studiekeuze spelen informatiekkanalen een grote rol bij het vormen van verwachtingen over opleidingen en toekomstige loopbanen. Studenten baseren hun keuzes op een breed scala aan bronnen – variërend van open dagen en onderwijswebsites tot persoonlijke gesprekken met familie, vrienden en studieadviseurs. Deze bronnen bieden waardevolle, zij het soms gekleurde of onvolledige,

inzichten die studenten helpen de kloof te overbruggen tussen hun huidige situatie en hun toekomstdromen.

Met name digitale informatiekkanalen – zoals studiekeuzesites, fora en sociale media – maken een schat aan informatie toegankelijk, maar brengen ook nieuwe uitdagingen met zich mee. Door algoritmische filtering en marketing gestuurde content kan het moeilijk zijn onderscheid te maken tussen objectieve informatie en promotionele boodschappen (Maringe, 2006; Visser, 2016; Voorveld et al., 2024). In dat licht is het vermogen om kritisch te navigeren door de overvloed aan informatie geen luxe, maar een noodzakelijke vaardigheid (Arnold et al., 2023). Studenten moeten niet alleen selecteren wat relevant en betrouwbaar is, maar zich ook bewust zijn van hoe bepaalde bronnen hun keuzetraject kunnen beïnvloeden.

De overvloed aan beschikbare informatie kan leiden tot cognitieve overbelasting, waardoor keuzestress toeneemt en studenten het overzicht verliezen (Arnold et al., 2023; French & Oreopoulos, 2017). Juist daarom is het zinvol om informatiekkanalen te categoriseren, om inzicht te krijgen in hun verschillende functies en invloeden. Een gangbare indeling maakt onderscheid tussen formele en informele informatiebronnen.

Formele informatiebronnen

Formele informatiebronnen bestaan typisch uit gestructureerde en geautoriseerde kanalen zoals officiële onderwijswebsites, brochures, en georganiseerde open dagen. Deze bronnen worden vaak onderhouden door de onderwijsinstellingen zelf en bieden gestandaardiseerde informatie over studieprogramma's, toelatingseisen, en carrièreperspectieven, bedoeld om aspirant-studenten te voorzien van betrouwbare en direct toepasbare informatie. In de Nederlandse literatuur is er de laatste jaren onderzoek gedaan naar informatiebronnen van studenten (Bahlmann, 2021; Gelderblom et al., 2023; Fouarge et al., 2017; Smetsers, 2022). We richten ons op de meest relevante kanalen voor de huidige studiekeuzeprocessen.

Open dagen mbo-opleiding

Ondanks de veelheid aan beschikbare informatiekkanalen voor studiekeuze, blijven fysieke voorlichtingsdagen georganiseerd door de mbo-opleidingen favoriet onder aspirant-studenten (Gelderblom et al., 2023; Fouarge et al., 2017). Deze persoonlijke ontmoetingen bieden een unieke kans om de sfeer te proeven, direct vragen te stellen aan docenten en huidige studenten, en de faciliteiten van dichtbij te bekijken (Gelderblom et al., 2023; Kuipers et al., 2018). Deze directe ervaring helpt studenten een beter beeld te vormen van de opleiding en kan doorslaggevend zijn in hun uiteindelijke keuze (Gelderblom et al., 2023). Deze bevindingen sluiten aan bij het corpus van internationale literatuur, waarin wordt benadrukt dat de integratie van fysieke elementen of contactmomenten in het keuzeproces de aantrekkelijkheid van vervolgopleidingen voor studenten significant kan verhogen (Beneke, 2011; Maniu & Maniu, 2014; Winter & Chapleo, 2017). De Engelse studie van Winter & Chapleo (2017) benadrukt vooral dat er, wanneer het aankomt op het kiezen van een opleiding, geen vervanging is voor

persoonlijke ervaring – veel studenten maken hun beslissing na een bezoek of open dag.

Website mbo-opleiding

Na de open dagen speelt de website van een opleiding een belangrijke rol als informatiekanal voor potentiële studenten. Deze onlinebron dient niet alleen als een uitgebreid platform waarop informatie over de opleiding, het curriculum en de toelatingseisen wordt gepresenteerd, maar biedt ook inzicht in de unieke kenmerken en cultuur van de onderwijsinstelling. Uit studies blijkt dat de kwaliteit en toegankelijkheid van de website van een opleiding significant bijdraagt aan de besluitvormingsprocessen van studenten (Winter & Chapleo, 2017). Volgens de studie van Taylor & Morphew (2010) wordt de website vaak gebruikt als een eerste filter waarmee studenten hun opties verkennen en verfijnen voordat zij een definitieve keuze maken. Hierbij spelen aspecten zoals gebruiksvriendelijkheid, visuele aantrekkelijkheid en de beschikbaarheid van up-to-date en relevante informatie een doorslaggevende rol.

Arbeidsmarktinformatie en studiekeuzeproducten

In Nederland wordt systematisch arbeidsmarktinformatie verzameld die de aansluiting tussen opleiding en arbeidsmarkt analyseert. Vooraanstaande bronnen hiervoor zijn de tweejaarlijkse publicatie van ROA, 'De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep' (Bakens et al., 2024), die uitgebreide arbeidsmarktanalyses en prognoses biedt, en 'Schoolverlaters tussen onderwijs en arbeidsmarkt' (Cobben & Huijgen, 2024), een jaarlijkse uitgave die actuele data levert gebaseerd op schoolverlatersenquêtes. Deze publicaties ondersteunen de ontwikkeling van informatieproducten zoals de Keuzegids voor mbo, hbo en wo, die een kritische vergelijking van opleidingen mogelijk maken, zowel ten behoeve van de studenten als de onderwijsinstellingen, en inzicht bieden in de arbeidsmarktpositie van recent afgestudeerden en toekomstige arbeidsmarktverwachtingen per opleiding. In 2016 gebruikten iets minder dan een kwart van de mbo-gediplomeerden algemene websites voor studiekeuze (Fouarge et al., 2017).

Informele informatiebronnen

Informatiekanalen zoals open dagen en de websites van opleidingen zijn bronnen van objectieve informatie over studiemogelijkheden (Maniu & Maniu, 2014). De uiteindelijke beslissing over studiekeuze wordt echter niet uitsluitend bepaald door deze objectieve informatie. Persoonlijke interacties en percepties spelen eveneens een significante rol in dit proces (Johnston, 2010; Poole et al., 2023; Simões & Soares, 2010). Persoonlijke netwerken, zoals die van vrienden, familie en huidige studenten, evenals online platforms, waaronder sociale media en forums waar ervaringen en meningen vrij worden gedeeld, zijn hierbij van groot belang. Nemat et al. (2020) benadrukken in hun studiekeuzemodel hoe deze groep invloed heeft in het vormgeven van de *attitudes* en verwachtingen van studenten ten aanzien van hun studiekeuze. Deze beïnvloeders kunnen persoonlijke ervaringen, adviezen en meningen delen die een effect hebben op de besluitvorming van de student. Ze bieden een perspectief dat verder gaat dan de

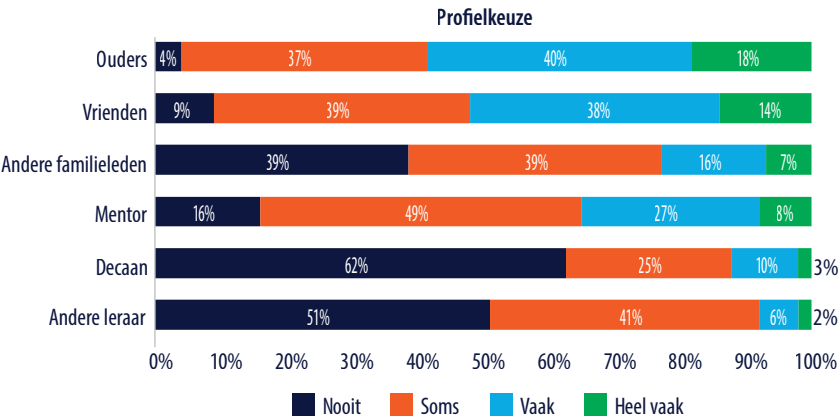
feitelijke informatie, door emotionele en sociale context toe te voegen aan de keuzeprocessen (Poole et al., 2023).

De literatuur biedt een uitgebreid overzicht van de diverse typen informele informatiebronnen die van invloed zijn op studiekeuzeprocessen (Bonnema & Van der Walldt, 2008; Hemsley-Brown & Oplatka, 2015; Ihlanfeldt, 1980; Johnston, 2010; Le et al., 2020; Obermeit, 2012; Patti & Chen, 2009; Vrontis et al., 2015). In het volgende deel bespreken we de meest relevante informele informatiebronnen.

Ouders

Ouders spelen een belangrijke rol in de ondersteuning van hun toekomstige student op diverse manieren. In veel gevallen bieden zij primair psychosociale steun door aanmoediging, het tonen van interesse en begrip voor de keuzes van hun kind, het faciliteren van reflectie over mogelijkheden, en het verstrekken van relevante informatie (Alexander et al., 2011; Koçak et al., 2021). Daarnaast bieden ouders ondersteuning op het gebied van loopbaanontwikkeling, zoals het verstrekken van informatie over verschillende beroepen. Gelderblom et al. (2023) tonen aan dat ouders een belangrijke rol spelen als gesprekspartners voor jongeren bij zowel de profielkeuze als de keuze voor een vervolgopleiding, met respectievelijk 58% en 82% (vaak en heel vaak) van de jongeren die aangeven het meest door hun ouders te worden geholpen (Figuur 2.1 & Figuur 2.2). Bij het maken van definitieve keuze ligt dit percentage lager: 43% bij de profielkeuze en 57% bij de vervolgopleiding (Tabel 2.1). De ouders blijven echter nog steeds de grootste groep.

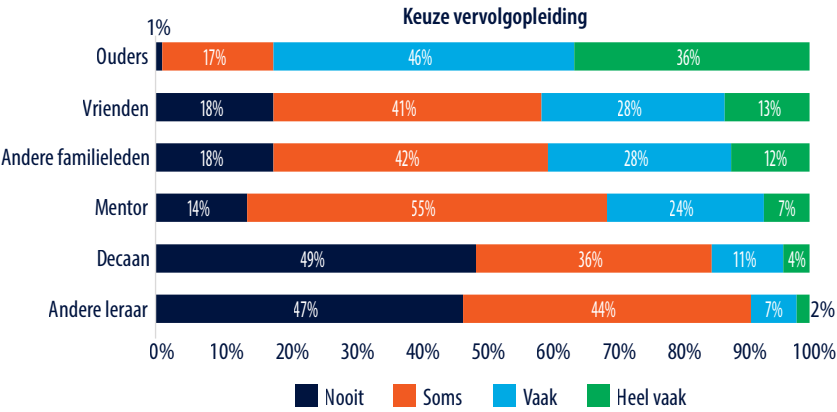
Figuur 2.1
Met wie gesproken over keuzes profielkeuze



Bron: Enquête onder vmbo-leerlingen (Gelderblom et al., 2023), eigen bewerking

Figuur 2.2

Met wie gesproken over keuzes vervolgopleiding



Bron: Enquête onder vmbo-leerlingen (Gelderblom et al., 2023), eigen bewerking

Tabel 2.1

Wie heeft jou het meest geholpen bij de keuze (profielkeuze & keuze vervolgopleiding)?

	Profielkeuze	Keuze vervolgopleiding
Ouders	43%	57%
Broer of zus	6%	7%
Andere familieleden (broer, zus)	1%	3%
Vrienden	7%	6%
Mentor	12%	4%
Decaan	3%	3%
Leraar	1%	1%
Iemand anders	9%	8%
Niemand	16%	11%
Totaal	100%	100%

Bron: Enquête onder vmbo-leerlingen (Gelderblom et al., 2023), eigen bewerking

Aanvullend toont de studie van Zimmermann (2020) aan dat ouderlijke percepties over het potentiële succes van hun kinderen ook rol spelen in het besluitvormingsproces van studenten. Er is een duidelijke correlatie tussen de hogere aspiraties van ouders en de verhoogde aspiraties van studenten, die vervolgens neigen naar studie- en beroepskeuzes die aansluiten bij de verwachtingen van hun ouders (Lee et al., 2021). Daarnaast voegt de Belgische studie van Lobeau (2019) hieraan toe dat ouders met een hogere sociaaleconomische status vaak meer betrokken zijn bij het onderwijs van hun kinderen. Dit leidt ertoe dat jongeren hun ouders als rolmodellen zien en hun aspiraties dienovereenkomstig aanpassen. Daartegenover staat dat in gezinnen met een lagere sociaaleconomische status de ambitie voor opwaartse mobiliteit vaak een motivator is voor de ambities van studenten (Lobeau, 2019).

Vrienden

De invloed van vrienden op de studiekeuze van een student is een aspect dat niet onderschat mag worden. Vrienden vormen een belangrijk onderdeel van het sociale netwerk van een individu en kunnen aanzienlijke invloed uitoefenen op persoonlijke beslissingen, waaronder de keuze voor een studierichting (Johnston, 2010; Nemar et al., 2020; Van der Vleuten, 2022; Zimmermann, 2020). Deze invloed kan variëren van directe aanbevelingen en adviezen tot meer subtiele vormen van beïnvloeding, zoals de perceptie van een studie of beroep gebaseerd op de ervaringen en keuzes van vrienden (Poldin et al., 2015). Vrienden kunnen ook een bron van motivatie en steun zijn, waardoor de kans groter wordt dat iemand kiest voor een studie die populair of goed ontvangen is binnen zijn of haar sociale kring (Zimmermann, 2020). Hoewel de uiteindelijke beslissing om een bepaalde studierichting te volgen afhangt van een complex samenspel van factoren, inclusief persoonlijke interesses, vaardigheden, en carrièreambities, is het duidelijk dat vrienden een niet te negeren rol spelen in het keuzeproces. Bij de overstap van de basisschool naar de middelbare school kiezen leerlingen al vaak voor dezelfde school als hun vrienden (Zwier et al., 2023). Daarbij vormen vrienden voor vmbo-leerlingen een belangrijke bron van advies bij het kiezen van een profiel- of studiekeuze en staan na ouders op de tweede plaats als belangrijkste beïnvloeder (Gelderblom et al., 2023). Uit de studie van Gelderblom et al. (2023) blijkt namelijk dat ongeveer 52% van de leerlingen vaak met vrienden overlegt over hun profielkeuze, terwijl een iets hoger percentage van 41% aangeeft dit te doen bij het kiezen van een vervolgopleiding. Opvallend is dat de hulp van vrienden bij de definitieve keuzes beperkt is: slechts 7% van de leerlingen zegt geholpen te zijn door vrienden bij hun profielkeuze en 6% bij de keuze van hun vervolgopleiding (Gelderblom et al., 2023).

Leraren en mentoren

Leraren staan in direct contact met studenten en hebben vaak een inzicht in hun competenties, preferenties en persoonlijkheidskenmerken (Cuff, 2017). Deze positie stelt leraren in staat om gepersonaliseerde aanbevelingen te doen die aansluiten bij de individuele behoeften en voorkeuren van de student (Wichgers et al., 2024). Cuff (2017) laat zien dat de invloed van leraren op Engelse middelbare scholen zich uitstrekt van het aanmoedigen van de exploratie van bepaalde vakgebieden tot het adviseren over de haalbaarheid van bepaalde studiekeuzes op basis van de prestaties van de student. Alcott (2017) benadrukt het belang van de relatie tussen studenten en hun middelbare schoolleraren in het besluitvormingsproces voor het vervolgen van postsecundair onderwijs. Deze relaties zijn van betekenis, niet alleen vanwege de begeleiding die leraren bieden, maar ook door de motivatie en het vertrouwen die zij bij hun studenten kunnen aanwakkeren (Alcott, 2017). Dergelijke interacties en ondersteuning zijn daarom belangrijk voor het vormgeven van de percepties van studenten en hun beslissingen over verdere educatie, waardoor leraren een grote invloed hebben op de toekomstige educatieve trajecten van hun leerlingen (Alcott, 2017; Cuff, 2017; Maniu & Maniu, 2014; Nemar et al., 2020). Leraren en mentoren vervullen dan ook vaak een adviserende rol bij de profiel- en studiekeuze van studenten. In Nederland wordt er echter weinig gebruik van gemaakt van leraren bij het begeleiden van studenten bij hun profiel- en studiekeuzes. Ook in de cijfers is te

zien dat leraren nauwelijks betrokken worden door studenten. Slechts 1% van de vmbo-studenten geeft aan dat leraren hebben geholpen bij de keuze van hun vervolgopleiding. Mentoren daarentegen worden vooral ingezet als gesprekspartners, waarbij 35% van de studenten hen raadpleegt voor hun profielkeuze en 31% voor de keuze van hun vervolgopleiding (Gelderblom et al., 2023).

Loopbaanadviseurs/decanen

In Nederland is de focus dan ook meer gericht op Loopbaanoriëntatie, -ontwikkeling en -begeleiding (LOB), wat ertoe leidt dat studenten decanen en loopbaanadviseurs doorgaans beschouwen als hun primaire aanspreekpunten (Wichgers et al., 2024). LOB speelt een essentiële rol in het studiekeuzeproces van vmbo-leerlingen door hen te voorzien van de nodige ondersteuning en begeleiding bij het navigeren door het complexe landschap van studiemogelijkheden en carrièrepaden. Gespecialiseerde loopbaanadviseurs faciliteren dit proces door middel van een-op-een gesprekken, workshops, en het verstrekken van informatieve materialen, gericht op het helpen van studenten bij het identificeren van hun passies, vaardigheden, en carrièredoelen (Gelderblom et al., 2023; Kuijpers et al., 2018). Desalniettemin geven leerlingen aan dat, hoewel zij loopbaanbegeleiding als een belangrijk onderdeel van hun educatieve traject zien, zij deze begeleiding vaak niet als leerzaam beschouwen (Gelderblom et al., 2023). De feedback van de studenten wijst op een duidelijke voorkeur voor een praktijkgerichte aanpak, waarin zij door actieve betrokkenheid kunnen ontdekken waar hun interesses en sterke punten liggen. Er heerst voornamelijk het gevoel onder studenten dat de huidige begeleiding meer gericht is op het 'bezighouden' dan op het bieden van substantiële ondersteuning bij hun ontwikkeling (Gelderblom et al., 2023). Dit blijkt ook uit de cijfers van Gelderblom et al. (2023), waar slechts 3% van de studenten aangeeft dat zij het meest geholpen zijn door decanen bij hun profiel- en studiekeuze.

Al eerder liet de studie van De Winter-Koçak et al. (2018) zien dat jongeren aangeven meer behoefte te hebben gehad aan uitgebreidere informatie met betrekking tot hun studiekeuze en de bijbehorende arbeidsmarktperspectieven. Een opvallende bevinding is dat deze voorlichting voornamelijk gemist werd op de middelbare school. Dit suggereert dat hoewel jongeren erkennen dat zij meer inzicht nodig hebben in de toekomstige mogelijkheden na hun studie, zij het gevoel hebben dat zij niet voldoende zijn voorbereid. Deze bevinding benadrukt het belang van een effectieve en uitgebreide LOB op scholen, die jongeren niet alleen helpt bij het ontdekken van hun interesses en talenten, maar hen ook voorziet van informatie over de arbeidsmarkt en de mogelijkheden binnen verschillende studiegebieden (Kuijpers et al., 2018).

Sociale media

In de afgelopen vijftien jaar heeft de opkomst van sociale media een verschuiving veroorzaakt in hoe studenten worden benaderd, met een verschuiving van traditionele naar digitale communicatiemethoden (Nyangau & Bado, 2012; Perera et al., 2023). In de beginjaren toonde een groot deel van de studentenpopulatie enthousiasme voor de opkomst van digitale communicatiemethoden en gaf de voorkeur aan het verkrijgen

van informatie via deze kanalen (Bacila, 2008). Desondanks demonstreren enkele studies in het begin een contrasterend beeld. Specifiek vond Zinck Stagno (2010) dat digitale sociale netwerkplatforms als minst geraadpleegde bronnen fungeren voor aspirant-studenten wanneer zij informatie zoeken over onderwijsinstellingen. Evenzo blijkt uit het onderzoek van Constantinides & Zinck Stagno (2011) dat studenten een aanhoudende voorkeur hebben voor traditionele informatiebronnen, waaronder open dagen, opleidingswebsites en gedrukte brochures. Ondanks deze bevindingen is het duidelijk dat sociale media als een relatief nieuw domein steeds meer aandacht kregen van zowel marketeers als academici. Onderwijsinstellingen begonnen met het experimenteren met marketingstrategieën op sociale media (Constantinides & Zinck Stagno, 2011), wat snel uitgroeide tot een competitief element in de strijd om de werving van potentiële studenten (Shields & Peruta, 2019).

In de laatste jaren is er een flinke toename in het gebruik van sociale media onder jongeren (Anderson et al., 2023; Liu et al., 2021). Aldahdouh et al. (2020) constateren dat een overweldigende meerderheid van meer dan 90% van de aspirant-studenten in Finland actief is op diverse sociale mediaplatforms. In Nederland vormen jongeren in de leeftijdscategorie van 15 tot 19 jaar de meest actieve gebruikersgroep van sociale media (Boer et al., 2022). Onderzoeksbureau Newcom Research (2024) toont aan dat deze groep gemiddeld 168 minuten per dag aan sociale media besteedt, wat een recordhoogte vertegenwoordigt in vergelijking met voorgaande jaren. Bovendien maken jongeren gemiddeld gebruik van vijf verschillende sociale mediaplatforms, waarbij Instagram en TikTok worden geïdentificeerd als de platforms met de snelste groei. Gezien de brede aanwezigheid van jongeren op sociale media en hun ontvankelijkheid voor mobiele marketing via deze kanalen, is het voor onderwijsinstellingen relevant om sociale media strategisch te integreren in hun communicatiestrategie richting potentiële studenten. Hoewel dit niet per se betekent dat jongeren sociale media actief gebruiken voor studie-keuze-informatie, tonen studies wel aan dat digitale jongeren gevoelig zijn voor marketingboodschappen op deze platforms (Lacka & Wong, 2019; Perera et al., 2023).

De literatuur laat zien dat studenten sociale media zelden als doorslaggevend beschouwen in hun keuzeproces, maar wel frequent de sociale media-accounts van onderwijsinstellingen bezoeken waarmee zij zich verbonden voelen of reeds een keuze voor hebben gemaakt (Shields & Peruta, 2019). Dit suggereert dat sociale media mogelijk eerder een rol spelen in het versterken van een al gemaakte keuze, dan in de initiële besluitvorming. Volgens Shields & Peruta (2019) dienen deze interacties niet ter vervanging van traditionele open dagen of het raadplegen van de officiële website van de school, maar onderstrepen wel het belang van een sterke sociale media-aanwezigheid in het bevestigen of versterken van hun keuze. Ondanks de diversiteit in studentenvoorkeuren, blijken bepaalde algemene strategieën, zoals een studentgerichte benadering, strategische platformkeuze en het aanpassen van content aan een divers publiek, in vrijwel alle gevallen waardevol (Wong et al., 2022). De impact van de pandemie heeft echter nog meer de nadruk gelegd op hoe sociale media worden gebruikt. De studie van Mason et al. (2021) onderlijnt een aanzienlijke toename in het gebruik van sociale

media in de afgelopen jaren, een trend die versterkt is door de pandemie (Sert & Başkale, 2023). Deze toename is waarschijnlijk te wijten aan het feit dat de pandemie de angst voor fysiek contact heeft vergroot, waardoor studenten zich meer tot digitale platforms wenden voor merk gerelateerde interacties (Marciano et al., 2021).

2.3 Samenvatting

In deze literatuurstudie is geanalyseerd hoe studiekeuze in grote lijnen tot stand komt en is kennis verstrekt over welk soort informatie relevant is voor studiekeuzers en via welke kanalen zij deze informatie ontvangen. In dit deel keren we terug naar de onderzoeksvragen en bespreken we de belangrijkste leerpunten uit de bestaande literatuur.

Studiekeuzemodellen

De literatuur laat zien dat het studiekeuzeproces dynamisch en complex is, en het betreft niet slechts een eenmalige beslissing, maar een voortdurende reeks overwegingen die zich in verschillende fasen ontploffen. Deze multidimensionale benadering wordt ondersteund door diverse academische modellen en theorieën die de breedte van factoren reflecteren die individuele keuzes beïnvloeden. Ten eerste benaderen economische modellen de studiekeuze als een rationele kosten-batenanalyse. Hierbij wegen potentiële studenten de directe en alternatieve kosten van onderwijs af tegen de verwachte voordelen, zoals hogere inkomens en betere carrièremogelijkheden. Ten tweede benadrukken sociologische modellen de invloed van sociale achtergrond en intergenerationele statusoverdracht, waarbij onderwijs wordt gezien als een middel voor sociale mobiliteit.

Motieven voor studiekeuze

Vervolgens laat de literatuurstudie zien dat er drie fundamentele pijlers zijn waarop het studiekeuzeproces rust: preferenties, competenties en arbeidsmarktperspectieven. Deze dimensies zijn belangrijk voor het maken van een geïnformeerde studiekeuze die niet alleen aansluit bij de vaardigheden en interesses van een individu, maar ook perspectief biedt op de arbeidsmarkt. Jongeren ontdekken en evalueren namelijk hun persoonlijke voorkeuren ("wat vind ik leuk") en talenten ("waar ben ik goed in") om deze af te stemmen met mogelijke studieraden. Persoonlijke interesses en hobby's dienen hierbij vaak als indicatoren voor aantrekkelijke carrièreraden. Studenten kiezen vaak voor studierichtingen die resoneren met hun educatieve aspiraties en toekomstige carrièreplannen. Zelfeffectiviteit speelt hierbij een belangrijke rol in het versterken van hun keuzezekerheid.

Tegelijkertijd bestaan er uiteenlopende bevindingen over de rol van arbeidsmarktoverwegingen in studiekeuzes. Zo stelt het CPB (2024) dat mbo-leerlingen arbeidsmarktperspectieven nauwelijks laten meewegen, terwijl Gelderblom et al. (2023) juist aantonen dat vmbo-scholieren deze wel degelijk betrekken in hun afwegingen. Deze discrepantie benadrukt de noodzaak tot nader onderzoek naar hoe jongeren studiekeuzes maken.

In het licht van snelle technologische ontwikkelingen en toenemende automatisering is het steeds belangrijker dat studiekeuzes aansluiten bij toekomstige arbeidsmarktvraag. Hoewel de huidige krapte jongeren kansen biedt, lopen zij op langere termijn risico's wanneer zij kiezen voor beroepen zonder toekomstbestendigheid. Tegelijkertijd blijkt dat veel jongeren onvoldoende zicht hebben op welke sectoren structureel personeel nodig hebben, en dat hun percepties over baankansen, beroepen en beloningen regelmatig onjuist zijn. Dit vergroot de kans op mismatch en leidt tot spijt achteraf.

Een structurele oplossing ligt in het versterken van de studiekeuzebegeleiding. Jongeren hebben behoefte aan betrouwbare, toegankelijke informatie over de arbeidsmarkt om realistischer en toekomstbestendiger keuzes te kunnen maken. Toch blijkt in de praktijk dat keuzes nog vaak gebaseerd worden op persoonlijke voorkeuren, waarbij arbeidsmarktperspectieven een ondergeschikte rol spelen. De huidige LOB legt de nadruk op zelfkennis, maar besteedt relatief weinig aandacht aan de ontwikkeling van realistische beroepsbeelden of de manier waarop voorkeuren en zelfinschattingen tot stand komen. Voor effectievere begeleiding is een integrale aanpak nodig waarin arbeidsmarktinformatie wordt gecombineerd met inzicht in de psychologische en sociale processen die keuzegedrag beïnvloeden. Extra aandacht in de vroege fasen van het keuzeproces is daarbij cruciaal, wanneer jongeren nog openstaan voor meerdere richtingen.

Hoewel bestaande literatuur inzicht biedt in factoren zoals persoonlijke voorkeuren, competenties en arbeidsmarktperspectieven, blijven er kennislacunes bestaan. Ten eerste is onvoldoende empirisch onderzocht hoe jongeren gestimuleerd kunnen worden om te kiezen voor studies die niet alleen perspectief bieden op werk, maar ook bijdragen aan maatschappelijk relevante sectoren. Ten tweede is nog weinig bekend over welke informatiebronnen jongeren daadwerkelijk gebruiken in hun keuzeproces, en hoe objectieve arbeidsmarktdata zich verhouden tot subjectieve inschattingen van geschiktheid en aantrekkelijkheid.

Informatiebronnen

Zoals uit de literatuur blijkt, is het vooral in de beginfase van het keuzeproces belangrijk om jongeren gericht te ondersteunen. Daarbij speelt het gebruik van diverse informatiebronnen een sleutelrol. Formele bronnen, zoals websites, brochures en open dagen, bieden gestructureerde informatie en helpen bij het eerste verkennen van studieopties. Vooral open en meeloopdagen geven aspirant-studenten een realistisch beeld van de opleiding. Tegelijkertijd zijn informele bronnen zoals ouders, vrienden en sociale netwerken van invloed, doordat zij persoonlijke ervaringen en emotionele steun bieden. De laatste jaren is ook de rol van sociale media gegroeid. Platforms als Instagram en TikTok stellen onderwijsinstellingen in staat om hun karakter en aanbod zichtbaar te maken, en zo de beeldvorming van potentiële studenten te beïnvloeden. Echter is het nog onduidelijk via welke wegen jongeren relevante keuze-informatie verkrijgen, en welke rol bijvoorbeeld sociale media, ouders, onderwijsinstellingen of loopbaanbegeleiding daarin spelen. Deze kennis is echter essentieel voor het ontwikkelen van effectief beleid en gerichte voorlichting.

3 Relatie tussen arbeidsmarktkansen van opleidingen en instroom

Een centrale onderzoeksvraag in dit project is hoe meer jongeren gestimuleerd kunnen worden om voor kansrijke studies te kiezen. Als kansrijk verstaan wij studies die onder andere goede arbeidsmarktperspectieven bieden, vooral gekenmerkt door hogere baan zekerheid en een hoger loon. We willen kijken in hoeverre er op het moment sprake kan zijn van kansrijke keuzes voor opleidingen binnen het mbo. In dit hoofdstuk analyseren we in welke mate het aantal inschrijvingen op het mbo per opleiding samenhangt met (verandering in) arbeidsmarktperspectieven van die opleidingen. In een eerder rapport liet het CPB zien dat de arbeidsmarktuitskomsten aanzienlijke verschillen tonen naar onderwijsniveau en richting maar dat er geen relatie is tussen arbeidsmarktperspectieven en aantal inschrijvingen (CPB, 2024). Andere studies vinden wel een samenhang tussen arbeidsmarktkansen en inschrijvingen. Bardhan et al. (2013) laten voor de Verenigde Staten zien dat het arbeidsaanbod slechts beperkt reageert op korte termijn veranderingen in lonen, en iets meer op veranderingen in de werkgelegenheid op middellange termijn. Deze reactie verschilt sterk tussen beroepen en treedt vaak met vertraging op. Voor Nederland tonen Somers en Fouarge (2017) aan dat een onverwachte stijging van de werkloosheid in een bepaalde studierichting positief samenhangt met het aantal afgestudeerden dat spijt heeft van hun studiekeuze. In een experiment in het vmbo laten de Koning et al. (2025) zien dat informatie over baankansen en loon die gegeven wordt op een LOB-platform effect heeft op de beroepsvoorkeuren van studenten en hun inschrijvingen in het mbo. Vmbo studenten die informatie krijgen kiezen bewuster voor opleidingen die beter in de markt liggen. Dit wijst erop dat betere informatie over verwachte ontwikkelingen op de arbeidsmarkt kan bijdragen aan een betere afstemming tussen vraag en aanbod. Een reden voor de afwijkende resultaten van de CPB-analyses (CPB, 2024) is dat deze uitgevoerd zijn op een relatief hoog aggregatieniveau waardoor er wellicht onvoldoende variatie in de data is om een relatie tussen arbeidsmarktkansen en instroom in opleidingen aan te tonen. In onze analyses repliceren we een deel van de CPB-analyses voor de instroom in mbo-opleidingen. Wij gebruiken de door ROA ontwikkelde opleidingsclassificatie ONR2019TYPE om een onderscheid te maken tussen 61² mbo-opleidingen (Bakens et al. 2019). Opleidingen op het mbo1-niveau zijn buiten beschouwing gelaten omdat deze opleidingen geen startkwalificatie bieden.

2 De opleidingsclassificatie ONR2019TYPE maakt onderscheid tussen 65 mbo-opleidingen (dit is exclusief opleidingen op mbo1-niveau). In dit onderzoek rapporteren wij over 61 mbo-opleidingen, omdat er in de dataset geen informatie beschikbaar is over het uurloon voor vier mbo-opleidingen.

3.1 Methodiek en Data

Voor onze analyse hanteren wij de aanname dat potentiële studenten die zich inschrijven in een bepaald schooljaar zich informeren over de arbeidsmarktperspectieven van die opleiding in de periode voor de start van het schooljaar. De arbeidsmarktperspectieven van een opleiding zijn hierbij gebaseerd op de uitkomsten van studenten die twee of drie jaar eerder zijn afgestudeerd aan dezelfde opleiding. Wij relateren dus het aantal inschrijvingen in mbo-opleidingen in jaar t aan de arbeidsmarktperspectieven van afgestudeerden uit eerdere cohorten in jaar $t-1$ en $t-2$, de periode waarin studenten over hun mbo-keuze nadenken en zich op een opleiding moeten inschrijven. De arbeidsmarktuitkomsten van eerdere cohorten gediplomeerden zijn berekend één jaar na diplomering. Bijvoorbeeld: een student die zich inschrijft voor een bepaalde mbo-opleiding in 2020 observeert de arbeidsmarktperspectieven in 2019 (en 2018). De gediplomeerden waarvan deze perspectieven zijn berekend hebben hun diploma één jaar eerder, in 2018 (en 2017), behaald. In onze analyse kijken we naar de kans op het niet hebben van werk (in loondienst of als zelfstandige) en het gemiddeld bruto uurloon van gediplomeerden die een baan in loondienst hebben. De perspectieven zijn alleen berekend voor gediplomeerden die vijf jaar na het behalen van hun diploma geen andere opleiding meer hebben afgerond.³ Wanneer jongeren zich inderdaad ook laten leiden door arbeidsmarktkansen in hun opleidingskeuze, dan verwachten wij dat een hogere kans om geen werk te hebben negatief samenhangt met het aantal inschrijvingen, en het gemiddeld bruto uurloon van afgestudeerden uit eerdere cohorten positief samenhangt met het aantal inschrijvingen.

De dataset is opgebouwd door microdata van het CBS te aggregeren naar mbo-opleiding en cohort (van 2006 tot en met 2021). Het aantal inschrijvingen is berekend als het aantal eerstejaarsinschrijvingen per mbo-opleiding en jaar op basis van CBS-microdatabestand over kenmerken van deelnemers in het onderwijs (onderwijs-deelnemerstab). Inschrijvingen in latere schooljaren zijn dus niet meegenomen in de analyse. Voor de arbeidsmarktuitkomsten op basis van gegevens over banen en lonen volgens polisadministratie ((s)polisbus) wordt er gekeken naar gediplomeerden in eerdere jaren. Het uurloon is berekend als het gemiddeld bruto uurloon van werkenden in loondienst per opleiding en jaar. Lonen die onder het minimum uurloon liggen zijn niet meegenomen in de analyse. Het aandeel werklozen is berekend door middel van de sociaaleconomische categorie (SECM status) die toegekend is door het CBS. We berekenen hiervoor het aandeel werkenden en zelfstandigen van het totaal aantal gediplomeerden per opleiding en jaar. Het aandeel werklozen is daarna berekend als 100% min het aandeel werkenden in loondienst.

³ Het kan wel zijn dat iemand meerdere keren in de data voorkomt omdat ze meer dan vijf jaar tussen twee diploma's heeft, bijvoorbeeld in verband met her- of omscholing.

3.2 Resultaten

In Tabel 3.1 presenteren we de associatie tussen inschrijvingen in t en de kans om geen werk te hebben en het gemiddeld bruto uurloon per opleiding in t-1 en t-2. In de eerste twee regels van Tabel 3.1 zien we dat er een statistisch significante, negatieve associatie is tussen het aantal inschrijvingen en de kans dat eerdere cohorten gediplomeerden van die opleidingen geen werk hebben gevonden. Een toename in het werkloosheidspercentage van gediplomeerden één of twee jaar voor het jaar van inschrijving van één procentpunt (correspondeert met een toename van 4,4% ten opzichte van een gemiddeld percentage van rond de 23%) is geassocieerd met een afname in het aantal inschrijvingen van 26 studenten per opleiding. Gezien dat er over alle jaren en opleidingen gemiddeld 4.380 inschrijvingen per opleiding en jaar zijn komt dit overeen met een relatieve afname van 0,6%. We zien ook de verwachte associatie met het bruto uurloon: er is een statisch significante, positieve associatie tussen het aantal inschrijvingen en het gemiddeld bruto uurloon van gediplomeerden uit eerdere cohorten. Een toename van één euro in het gemiddeld bruto uurloon van gediplomeerden één jaar voor inschrijving (komt overeen met een toename van 8%) is geassocieerd met een toename van iets meer dan 300 inschrijvingen (bijna 7%). De associatie tussen het bruto uurloon van gediplomeerden twee jaar voor diplomering is iets kleiner met een toename van 283 inschrijvingen (rond 6,5%).

Tabel 3.1

Relatie tussen aantal inschrijvingen in t en percentage gediplomeerden zonder werk en loon van werkenden in loondienst in eerdere cohorten gediplomeerden

	Aantal inschrijvingen			
Percentage zonder werk t-1	-26,079***			
Percentage zonder werk t-2		-25,750***		
Uurloon t-1			302,735***	
Uurloon t-2				283,255***
N	976	915	975	914

***: significant op het 1%-niveau

Noot: Uurloon is gecorrigeerd voor inflatie

De resultaten in tabel 3.1 zijn geaggregeerd over alle niveaus en sectoren binnen het mbo. Om een beter beeld te krijgen van de relatie tussen de arbeidsmarktuitskomsten van gediplomeerden en het aantal inschrijvingen, hebben we in aanvullende analyses de data uitgesplitst naar niveau en sector. Bij het onderscheid tussen mbo2/3 en mbo4 zien we dat de relatie tussen het percentage gediplomeerden zonder werk en het aantal inschrijvingen met name wordt gedreven vanuit opleidingen op niveau 2/3, waar de coëfficiënt niet significant verschilt van tabel 3.1. Er is geen significante associatie tussen het percentage gediplomeerden zonder werk en het aantal inschrijvingen binnen mbo4-opleidingen. Voor het gemiddeld bruto uurloon van gediplomeerden in t-1 en t-2, zien we juist een sterkere samenhang op niveau 4 dan op niveau 2/3: een toename in het

bruto uurloon in t-1 van één euro (7,4% voor mbo4 en 7,7% voor mbo2/3) in t-1 is geassocieerd met een toename in het aantal inschrijvingen van 390 op mbo4-opleidingen (7,4%) en van 250 op mbo2/3-opleidingen (6,3%).

Per sector, waarbij wij het onderscheid maken tussen Economie en Maatschappij, Landbouw en Natuur, Techniek en ICT en Zorg en Dienstverlening, valt op dat de resultaten in tabel 3.1 vooral komen vanuit de sector Zorg en Dienstverlening. Verder is er een positieve associatie tussen het percentage zonder werk in t-1 en t-2 en het aantal inschrijvingen voor de sector Landbouw en Natuur. Er is geen significant associatie tussen het gemiddeld bruto uurloon in t-1 en t-2 en het aantal inschrijvingen voor opleidingen in de sectoren Economie en Maatschappij en Landbouw en Natuur. We zien daarentegen wel een sterke relatie tussen het uurloon en het aantal inschrijvingen voor opleidingen binnen de sector Zorg en Dienstverlening.

In Tabel 3.2 rapporteren wij uitkomsten over de dynamische associatie tussen arbeidsmarktperspectieven van mbo-opleidingen en het aantal inschrijvingen in die opleidingen. Misschien is niet per se het niveau van de baankans en loon relevant voor studiekeizers, maar dat de *veranderingen* in baankans en loon. Wij analyseren daarom de associatie tussen de percentuele verandering in het aantal inschrijvingen tussen t-1 en t en de percentuele verandering in arbeidsmarktperspectieven van mbo-gediplomeerden tussen t-2 en t-1 en t-3 en t-2. Deze veranderingen zijn gedefinieerd als:

$$\Delta \text{Inschrijvingen}_t = \frac{\text{Inschrijvingen}_t - \text{Inschrijvingen}_{t-1}}{\text{Inschrijvingen}_{t-1}} \text{ en}$$

$$\Delta \text{Perspectief}_{t-i} = \frac{\text{Perspectief}_{t-i} - \text{Perspectief}_{t-i-1}}{\text{Perspectief}_{t-i-1}}, \quad i = 1, 2.$$

Tabel 3.2

Relatie tussen procentuele verandering in aantal inschrijvingen tussen t-1 en t en procentuele verandering in arbeidsmarktperspectieven uit eerdere cohorten gediplomeerden

	Procentuele verandering in aantal gediplomeerden tussen t-1 en t			
Verandering in percentage zonder werk t-2 t-1 (in %)	-0,015			
Verandering in percentage zonder werk t-3 t-2 (in %)		0,003		
Verandering in uurloon t-2 t-1 (in %)			0,037	
Verandering in uurloon t-3 t-2 (in %)				0,437***

***: significant op het 1%-niveau; ** 5%; *10%

Noot: Uurloon is gecorrigeerd voor inflatie

Tabel 3.2 laat zien dat er geen significante associatie is tussen de verandering in het kans op werk en de verandering in aantal inschrijvingen. Er is ook geen associatie met de verandering in het gemiddeld bruto uurloon één jaar voor inschrijving. We zien echter wel een significante, positieve associatie tussen de verandering in het gemiddeld bruto uurloon twee jaar voor inschrijving: een verandering in het gemiddeld bruto uurloon van tien procentpunten is geassocieerd met een toename in het aantal inschrijvingen van 4,37 procentpunten.

Concluderend, vinden wij in lijn met eerdere studies zoals Bardhan et al. (2013) een relatie tussen het aantal inschrijvingen in mbo-opleidingen en arbeidsmarkttuitkomsten uit eerdere cohorten gediplomeerden. Deze bevinding wijkt af van eerdere en vergelijkbare analyses van het CPB (2024). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de CPB-analyses zijn uitgevoerd op een relatief hoog aggregatieniveau. Daardoor is er minder variatie in de data om een relatie tussen arbeidsmarktkansen en de instroom in opleidingen vast te stellen. Volgens onze analyses trekken opleidingen die het beter doen in termen van aansluiting op de arbeidsmarkt meer studenten. Vanuit een dynamisch perspectief vinden wij enkel een positief verband tussen veranderingen in het uurloon van eerdere cohorten tussen t-3 en t-2, maar niet voor andere veranderingspercentages. Het ontbreken van een duidelijkere associatie kan te maken hebben dat studiekeizers dit niet meenemen in hun afwegingen. Het kan echter ook zo zijn dat zij dit wel belangrijk vinden maar niet goed in staat zijn dergelijke informatie te vinden of verwerken. Wellicht is het relevant om de vraag te stellen of verschuivingen in studiekeuze vooral binnen domeinen plaatsvinden – bijvoorbeeld tussen opleidingen binnen het economische of het zorg- en onderwijsdomein – en in hoeverre er daadwerkelijk sprake is van overstappen tussen domeinen. Op basis van de beschikbare data is dit onderscheid echter niet eenvoudig te maken. Wel kan in dit verband worden gewezen op recent experimenteel onderzoek van De Koning et al. (2025), waaruit blijkt dat het gebruik van arbeidsmarktinformatie jongeren in staat kan stellen om binnen hun gekozen domein overstappen te maken tussen voorkeurs beroepen, en effectief te kiezen voor mbo opleidingen met betere arbeidsmarktperspectieven. Dit benadrukt het belang van verdere analyse naar de mogelijkheden om jongeren te stimuleren hun keuze te verbreden naar andere domeinen.

4 De rol van informatie en informatiekkanalen voor de studiekeuze van jongeren

4.1 Dataverzameling

Focusgroep interviews met mbo-studenten en LOB-begeleiders

In het voorjaar van 2024 zijn focusgroep gesprekken gevoerd met mbo-studenten van Gilde Opleidingen Venlo en Vista Opleidingen Maastricht. Het doel was om inzicht te krijgen in de belangrijkste beweegredenen achter hun studiekeuze en de informatiebronnen die hierbij een rol spelen. De onderzoeksgroep bestond uit studenten van verschillende opleidingen. Bij Gilde Opleidingen Venlo namen in april 2024 zes studenten deel, waarvan vier vrouwen en twee mannen, afkomstig van de opleidingen Salonmanager (mbo4), Haarstylist (mbo3), Assistant Manager International Trade (mbo4) en International Hospitality Manager (mbo4). In mei 2024 werden bij Vista Opleidingen Maastricht gesprekken gevoerd met zestien studenten, negen vrouwen en zeven mannen, die de opleidingen Medewerker evenementenorganisatie (mbo4) en Marketing & Communication Specialist (mbo4) volgden. Daarnaast waren er LOB-begeleiders betrokken: één man bij Vista en één vrouw en één man bij Gilde, specifiek voor de kappersopleiding.

Enquête en vignet studie op basis van BVE-monitor 2023

Naast kwalitatieve interviews met een klein aantal respondenten hebben we ook een kwantitatieve enquête uitgevoerd onder een groot aantal afgestudeerden. Respondenten die positief hebben gereageerd op deelname aan een eventueel vervolgonderzoek in de BVE-monitor 2023 van OCW/CBS/ROA zijn ongeveer 2 jaar na het behalen van hun diploma opnieuw benaderd. De enquête is gehouden in het voorjaar 2024 in samenwerking met CBS en gaat in op aspecten die meespelen bij de studiekeuze, de rol van informatiebronnen bij het maken van die keuze en persoonlijkheidskenmerken. De dataverzameling vond plaats in de periode van 27 mei tot en met 17 juni 2024 en bouwt voort op een eerdere enquête uit 2016 (Fouarge et al. 2017). Waar mogelijk vergelijken wij de uitkomsten met die uit (Fouarge et al. 2017). In totaal werden 19.778 mbo-afgestudeerden benaderd, waarvan 4.447 personen hebben gereageerd – een respons van 22,5%. Van deze respondenten vulden 3.544 de vragenlijst volledig in. In dit rapport ligt onze focus op BOL-studenten jonger dan 25 jaar.⁴ Afgestudeerden op

4 Het leeftijdscriterium is er om ervoor te zorgen dat de focus gericht is op de initiële onderwijskeuze. Wij laten in dit onderzoek BBL'ers buiten beschouwing omdat er bij hen een nadrukkelijke link is tussen gevolgte opleiding en baankans na de opleiding.

mbo-niveau 1 zijn daarbij uitgesloten, wat resulteert in een uiteindelijke analysegroep van 2.183 respondenten.

Beschrijving van de respondenten

Tabel 4.1 bevat enkele beschrijvende statistieken van de data uitgesplitst naar geslacht. De gemiddelde leeftijd op het moment van de BVE-monitor 2023 is rond 21 jaar en iets meer dan 60% van de respondenten zijn vrouwen. Het gemiddelde uurloon is €14,61. Rond 6% van de respondenten hebben op het moment van de eerste enquête geen werk. Dit percentage is voor mannen iets hoger (7,7%) dan voor vrouwen (5,2%). Één op de drie respondenten geeft aan werk buiten het eigen domein te hebben, dus een baan die niet direct gerelateerd is aan de gevolgde mbo-opleiding, en rond een vijfde van de respondenten vindt dat ze onderbenut zijn, dus werk hebben beneden het eigen niveau.

Tabel 4.1
Beschrijvende statistieken naar geslacht

	Totaal	Vrouw	Man
Leeftijd	21,33	21,24	21,47
Vrouwen	60,7%		
Uurloon	14,61€	14,86€	14,20€
Geen werk	6,2%	5,19%	7,69%
Werk buiten vakrichting	34,07%	32,67%	36,18%
Onderbenutting	20,88%	17,25%	26,38%
N	2183	1325	858

Bron: ROA, BVE-monitor 2023. Uurloon: bruto maandsalaris gedeeld door het aantal gewerkte uren per maand. Geen werk: respondent heeft geen betaald werk en is ook niet bezig is met een vervolgstudie. Werk buiten vakrichting: het hebben van werk dat niet direct gerelateerd is aan de gevolgde mbo-opleiding. Onderbenutting: het hebben van werk onder het eigen niveau

Tabel 4.2 laat dezelfde beschrijvende statistieken zien, maar dan uitgesplitst naar mbo-richting. Terwijl de gemiddelde leeftijd niet verschilt tussen de richtingen is het aandeel vrouwen weinig verrassend erg verschillend. Het percentage vrouwelijke afgestudeerden is met 40% in de techniek het laagst en in de richtingen gezondheidszorg en gedrag en maatschappij met (meer dan) 80% het hoogste. Dit is in lijn met bekende patronen van beroeps- en studiekeuze tussen vrouwen en mannen. Afgestudeerden in de richtingen landbouw en economie werken bijzonder vaak buiten hun vakrichting (45%-50%) en het percentage dat onderbenutting aangeeft is bijzonder hoog in de landbouw (rond 40%).

Tabel 4.2

Beschrijvende statistieken naar mbo-richting

	Landbouw	Techniek	Economie	Gezondheidszorg	Gedrag & Maatschappij
Leeftijd	21,20	21,71	20,96	21,31	21,43
Vrouwen	69,19%	40,30%	49,75%	79,82%	86,12%
Uurloon	13,67€	14,43€	12,95€	16,43€	15,32€
Geen werk	7,61%	6,67%	8,17%	5,29%	3,16%
Werk buiten vakrichting	50%	36,76%	45,87%	22,75%	20,21%
Onderbenutting	39,77%	23,53%	22,73%	14,69%	12,77%
N	185	598	611	436	353

Bron: ROA, BVE-monitor 2023

4.2 Bevindingen over besluitvormingsproces bij de studiekeuze

Timing en zekerheid van de studiekeuze

Figuur 4.1 laat zien dat het merendeel van de mbo-studenten hun studiekeuze ruim op tijd maakt. Meer dan driekwart van de respondenten gaf aan de keuze al meer dan een half jaar vóór de aanmelddeadline te hebben gemaakt. Daarnaast gaf circa 18% aan dat zij “altijd al” deze opleiding wilden volgen. Slechts een kleine minderheid nam de beslissing pas vlak voor of zelfs na de deadline. Figuur 4.2 toont aan dat de meeste studenten weinig hebben getwijfeld over hun studiekeuze. Ongeveer de helft van de respondenten gaf aan nauwelijks of helemaal niet te hebben getwijfeld, terwijl het overige deel meestal slechts “een beetje” twijfelde. Deze bevindingen suggereren dat de meeste mbo-studenten hun studiekeuze vroeg en met relatief veel overtuiging maken. De keuze lijkt voor velen een weloverwogen besluit, waarbij twijfel zelden een grote rol speelt. Dat een aanzienlijk deel de studie zelfs altijd al wilde volgen, wijst op een sterke mate van intrinsieke motivatie of vroege oriëntatie.

Om meer inzicht te krijgen in het proces achter de studiekeuze van mbo-studenten, werd hen gevraagd in hoeverre zij het eens of oneens zijn met een aantal stellingen over hun besluitvorming. De stellingen hadden betrekking op zowel intuïtieve als rationele elementen in hun keuzeprocessen. Respondenten gaven hun antwoord op een vijfpuntschaal, variërend van helemaal mee oneens (1) tot helemaal mee eens (5). De volgende aspecten van het keuzeprocessen werden bevestigd:

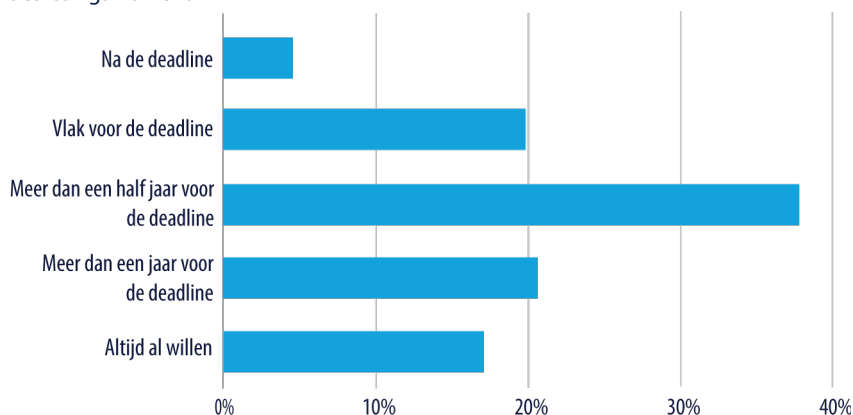
- Of de keuze vooral was gebaseerd op intuïtie;
- Of emoties een rol speelden bij de beslissing;
- Of de keuze het resultaat was van logische overwegingen;
- Of de student een analyse van alle mogelijke opties had gemaakt.

Deze vraag biedt inzicht in de mate waarin studenten hun keuze baseren op gevoel of juist op een analytische aanpak. Dit kan helpen om verschillen in studiekeuzegedrag

beter te begrijpen en te koppelen aan latere uitkomsten, zoals tevredenheid of spijt van de studiekeuze. Figuur 4.3 laat zien welk aandeel van de mbo-studenten het (helemaal) eens is met verschillende stellingen over de basis van hun studiekeuze. De resultaten tonen aan dat meer dan 70% van de respondenten hun keuze baseerde op logische overwegingen. Dit verschilt iets tussen vrouwen en mannen (68% vs. 77%). Daarnaast gaf ook een ruime meerderheid aan dat hun beslissing werd ondersteund door intuïtie en door een analyse van alle mogelijke opties – beide werden door meer dan de helft van de studenten (gedeeltelijk) onderschreven. Opvallend is dat slechts ongeveer één op de vijf respondenten aangaf dat emoties een rol speelden bij hun studiekeuze. Bij vrouwelijke respondenten is dit aandeel met bijna 28% hoger ten opzichte van mannen (19.3%). Dit wijst erop dat de meeste studenten hun keuze als een rationeel en door-dacht proces ervaren, waarbij zowel intuïtieve inzichten als bewuste afwegingen van alternatieven een rol spelen. De relatief lage score voor emotionele beïnvloeding suggereert dat de studiekeuze in het mbo veelal wordt benaderd als een serieuze en bere-deerde beslissing. Tegelijkertijd kan dit erop wijzen dat emotionele motieven achteraf worden geïnterpreteerd en verwoord als rationele overwegingen, waardoor het emoti-onele aspect in zelfrapportage mogelijk wordt onderschat.

Figuur 4.1

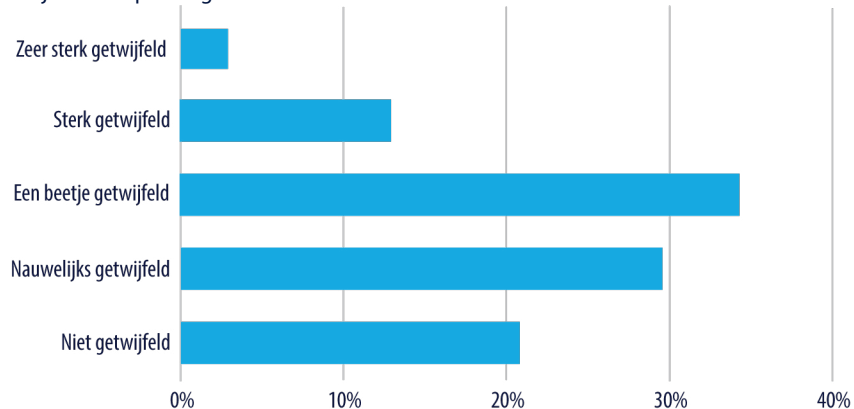
Beslissingsmoment



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Figuur 4.2

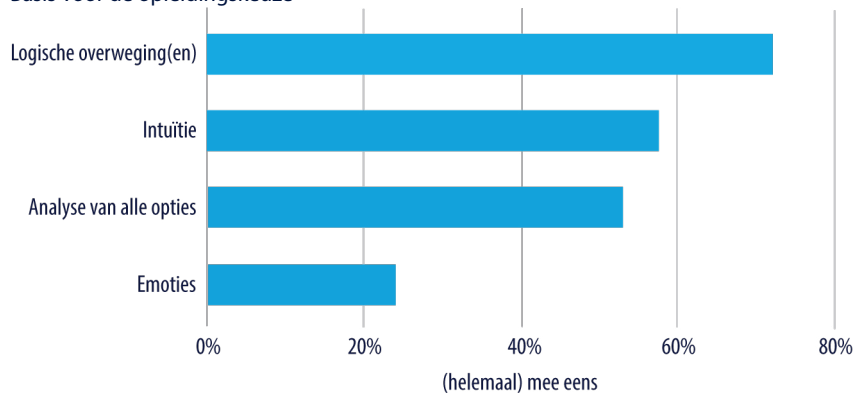
Twijfel over opleidingskeuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Figuur 4.3

Basis voor de opleidingskeuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Bevindingen uit gesprekken met mbo-studenten: Motivatie van studiekeuze

Uit de gesprekken met ingeschreven mbo-studenten bleek dat de motivatie achter de studiekeuze sterk verschilt per opleidingsrichting. Studenten in marketing en communicatie of eventmanagement kiezen vaak voor deze brede opleiding als opstap naar het hbo. Bij International Hospitality Management speelt de interesse in samenwerking met mensen en de mogelijkheid om internationaal te werken een belangrijke rol. Studenten van de kappersopleiding maken veelal een bewuste keuze voor het vak vanwege het praktijkgerichte werken en het contact met klanten. Opvallend is dat veel studenten aangaven dat ze al op jonge leeftijd een studiekeuze moesten maken zonder volledig inzicht te hebben in hun interesses en mogelijkheden. Zij pleiten voor de mogelijkheid om pas op latere leeftijd een keuze (moeten) te maken, die hun toekomstige carrière in een bepaalde richting stuurt.

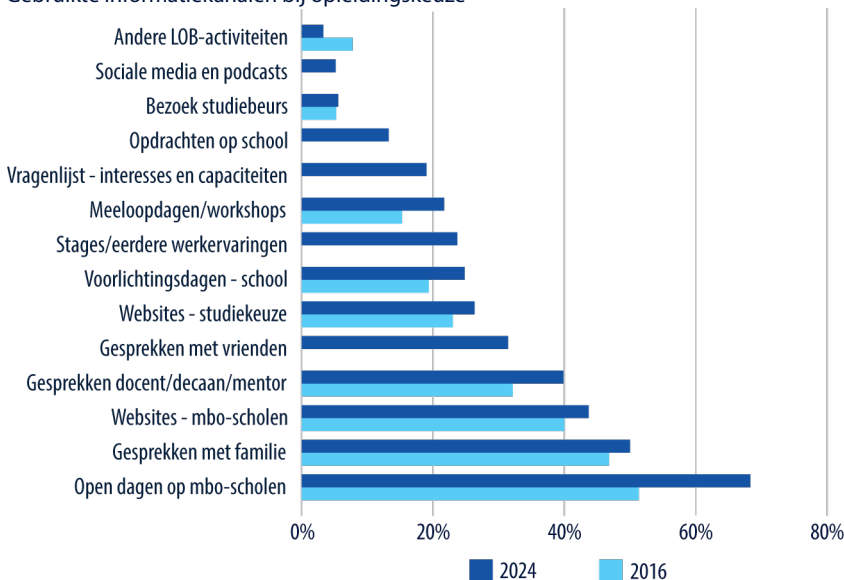
Informatiekanalen bij opleidingskeuze

Om beter te begrijpen hoe mbo-studenten tot hun studiekeuze zijn gekomen, is gevraagd welke loopbaanoriëntatie- en -begeleidingsactiviteiten (LOB) zij hebben ondernomen in de aanloop naar hun keuze. Studenten konden hierbij meerdere opties kiezen, variërend van schoolgeorganiseerde voorlichtingsactiviteiten tot gesprekken met familie of zelfstandig online zoeken naar informatie. Deze vraag biedt inzicht in de mate van actieve oriëntatie en in welke informatiebronnen en begeleidingstrajecten het meest worden benut door studiekeuzers. Door de breedte van de opties wordt zichtbaar welke LOB-instrumenten een centrale rol spelen in het keuzeproces, en waar mogelijk nog kansen liggen om jongeren beter te ondersteunen in hun studiekeuze. De resultaten van deze vraag helpen beleidsmakers, scholen en decanen om het LOB-aanbod beter af te stemmen op de werkelijke informatiebehoeften en keuzepatronen van studenten. De resultaten van deze vraag zijn samengevat in Figuur 4.4 en – waar mogelijk – vergeleken met gegevens uit een eerdere enquête uit 2016. In grote lijnen blijken de patronen in het gebruik van LOB-activiteiten over de tijd weinig veranderd. De meest genoemde activiteit is het bezoeken van open dagen op mbo-scholen: bijna 70% van de respondenten geeft aan hiervan gebruik te hebben gemaakt. Ook het opzoeken van informatie via de websites van mbo-scholen komt veel voor, met iets meer dan 40% van de studenten die deze bron hebben geraadpleegd. Verder noemen respondenten regelmatig gesprekken met familieleden of kennissen (ongeveer 50%), gesprekken met een docent, decaan of mentor op school (ongeveer 40%) en gesprekken met vrienden (ongeveer 30%) als onderdeel van hun oriëntatieproces. Andere bronnen, zoals opdrachten op school, studiebeurzen of meeloopdagen, worden minder vaak genoemd. Opvallend is dat sociale media en podcasts, zoals TikTok, YouTube, LinkedIn of Facebook, nauwelijks als informatiebron worden genoemd. Slechts een klein deel van de studenten geeft aan deze kanalen te hebben gebruikt bij het maken van hun studiekeuze. Deze bevindingen wijzen erop dat persoonlijke gesprekken en fysieke voorlichtingsmomenten, zoals open

dagen, nog steeds een centrale rol spelen in het keuzeproses van mbo-studenten. Digitale bronnen worden wel gebruikt, maar sociale media lijken voor deze doelgroep momenteel slechts een marginale rol te spelen in de oriëntatie op vervolgonderwijs.

Figuur 4.4

Gebruikte informatiekanalen bij opleidingskeuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024, Transparante arbeidsmarkt 2016

Voor de informatiekanalen die studenten hebben gebruikt bij hun studiekeuze, is een vervolgvraag opgenomen waarin zij aangeven hoe behulpzaam die bron was op verschillende inhoudelijke aspecten. Per gekozen activiteit of kanaal (zoals gesprekken, open dagen, websites, meeloopdagen of sociale media) is gevraagd in hoeverre studenten het eens zijn met stellingen over wat zij uit deze bron hebben gehaald. De stellingen gaan in op vijf inhoudelijke dimensies:

- Inzicht in wat zij leuk vinden,
- Inzicht in wat zij kunnen,
- Informatie over de inhoud van de mbo-opleiding,
- Informatie over het maatschappelijk belang van de opleiding,
- Informatie over arbeidsmarktkansen (zoals salaris, werkzekerheid en doorgroei-mogelijkheden).

Daarnaast is gevraagd in hoeverre de betreffende bron bepalend is geweest voor de uiteindelijke keuze. Deze vraag geeft inzicht in de perceptie van de kwaliteit en invloed van verschillende LOB-activiteiten en informatiekanalen. Door te analyseren welke bronnen het meest informatief of doorslaggevend worden gevonden, kunnen

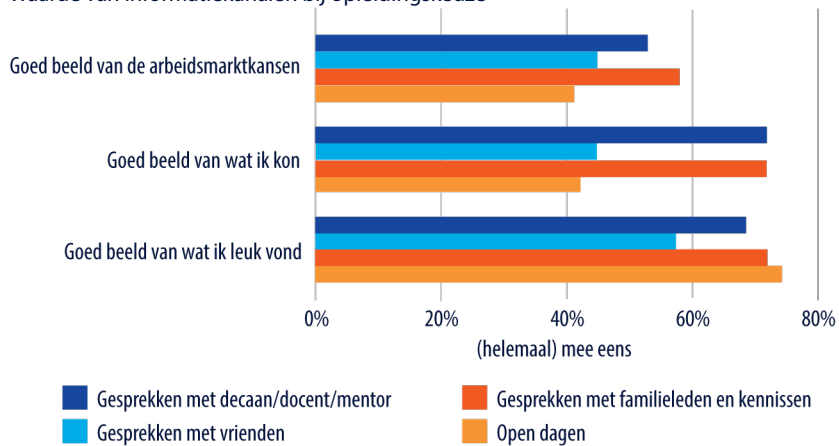
onderwijsinstellingen en beleidsmakers hun studiekeuzebegeleiding beter richten en versterken. Het helpt ook om te begrijpen of studenten vooral baat hebben bij formele voorlichting of juist bij informele en ervaringsgerichte bronnen. De resultaten, die in Figuur 4.5 en 4.6 zijn gepresenteerd, focussen op de meest belangrijke informatiekanalen, namelijk open dagen op mbo-scholen en gesprekken met familie, vrienden, of docenten/decanen/mentoren op school. De resultaten laten zien dat verschillende informatiebronnen studenten op uiteenlopende manieren hebben geholpen bij hun studiekeuze. Voor een goed beeld van de arbeidsmarktkansen blijken vooral gesprekken met docenten/decanen/mentoren en familieleden van belang: meer dan de helft van de respondenten geeft aan dat deze bronnen hen hierbij goed hebben geïnformeerd. Gesprekken met vrienden en open dagen worden iets minder vaak als informatief op dit punt genoemd (rond de 40%). Wanneer het gaat om inzicht in wat studenten goed kunnen, zijn opnieuw gesprekken met docenten/decanen/mentoren en familie het meest behulpzaam: ongeveer 70% van de respondenten geeft aan dat deze bronnen hen hier goed bij hebben geholpen. Open dagen en gesprekken met vrienden scoren duidelijk lager op dit vlak (ongeveer 40%). Inzicht in wat studenten leuk vinden blijkt breed ondersteund door verschillende informatiekanalen: alle genoemde bronnen worden door meer dan de helft van de studenten als nuttig ervaren. Met name open dagen springen eruit: bijna 80% van de studenten geeft aan dat deze hen een goed beeld gaven van hun interesses. Tot slot blijkt uit de resultaten dat er geen enkelvoudige bepalende factor is geweest in de studiekeuze. Meerdere informatiebronnen worden door een meerderheid van de respondenten als richtinggevend ervaren. Wel worden gesprekken met familieleden het vaakst genoemd als doorslaggevend. Deze bevindingen ondersteunen het belang van een divers aanbod aan loopbaanoriëntatie- en begeleidingsactiviteiten (LOB). Zowel formele begeleiding via school (bijvoorbeeld gesprekken met docenten/decanen/mentoren) als informele gesprekken in de privé-sfeer leveren een waardevolle bijdrage aan het studiekeuzeproces.

Bevindingen uit gesprekken met mbo-studenten: Informatiekanalen

Wat betreft informatiekanalen zijn ouders, mentoren, docenten en LOB-adviseurs de belangrijkste informatiebronnen. Open dagen en bedrijfsbezoeken worden als waardevol ervaren, mits ze een realistisch beeld geven. Media en sociale media spelen nauwelijks een rol. Concluderend kan worden gesteld dat de studiekeuze van mbo-studenten sterk wordt beïnvloed door persoonlijke ervaringen, bekende rolmodellen en praktische overwegingen zoals locatie en doorstroommogelijkheden. Strategische keuzes, zoals een brede opleiding als opstap naar het hbo, komen vaak voor, vooral in economische richtingen. Arbeidsmarktperspectief speelt slechts een beperkte rol in de besluitvorming, terwijl praktijkervaring en begeleiding door ouders en docenten cruciaal zijn.

Figuur 4.5

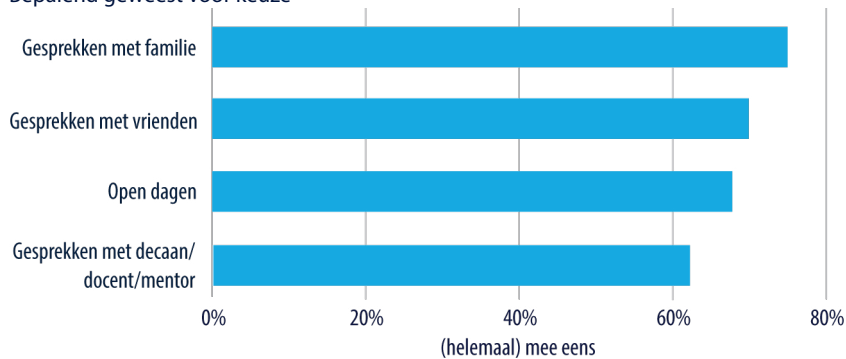
Waarde van informatiekkanalen bij opleidingskeuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Figuur 4.6

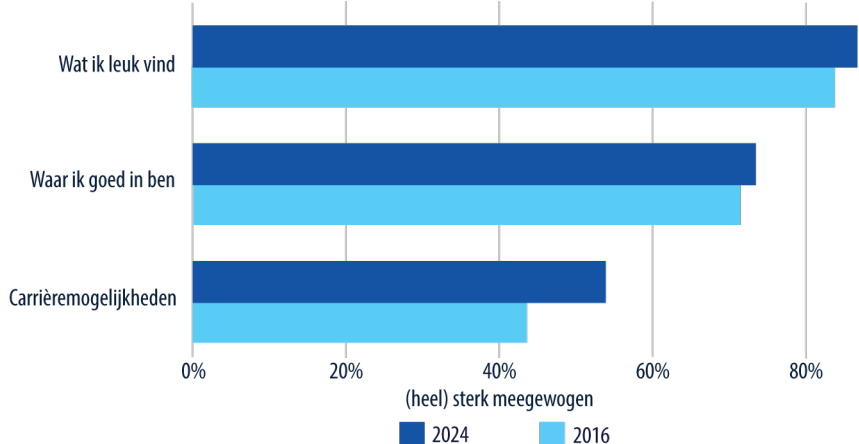
Bepalend geweest voor keuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Figuur 4.7

Aspecten die meegewogen zijn bij de studiekeuze



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024, Transparante arbeidsmarkt 2016

Overwegingen bij de studiekeuze

Tenslotte werden de respondenten gevraagd in welke mate verschillende overwegingen zijn meegenomen in de beslissing voor de mbo-opleiding die respondenten hebben afgerond. De genoemde aspecten – *waar ik goed in ben*, *wat ik leuk vind*, en *carrièremogelijkheden* – zijn veelvoorkomende motieven die in eerder onderzoek naar studiekeuze gedrag regelmatig naar voren komen. De vraag biedt respondenten de mogelijkheid om op een vijfpuntschaal aan te geven in hoeverre elk aspect heeft meegespeeld in hun keuze, van “helemaal niet meegewogen” tot “heel sterk meegewogen”. Het doel van deze vraag is om inzicht te krijgen in de achterliggende motieven van studiekeuze en om deze eventueel te relateren aan latere arbeidsuitkomsten. Door verschillende motieven apart te bevragen, kan worden onderzocht welke typen motivatie samenhangen met bijvoorbeeld tevredenheid, aansluiting op de arbeidsmarkt of het ervaren van spijt over de keuze. Dit levert waardevolle informatie op voor onderwijsinstellingen, beleidsmakers en decentrale begeleiders zoals docenten, decanen en mentoren, die studenten ondersteunen in het keuzeproces.

Figuur 4.7 laat zien in welke mate verschillende overwegingen zijn meegewogen in de studiekeuze van mbo-studenten. Daarnaast wordt een vergelijking gemaakt met resultaten uit een eerdere enquête van 2016. De uitkomsten zijn in grote lijnen stabiel gebleven over de tijd. Het aspect “*Wat vind ik leuk?*” blijkt veruit de belangrijkste overweging te zijn: meer dan 80% van de respondenten geeft aan dat dit (heel) sterk is meegewogen in hun keuze. Ook “*Waar ben ik goed in?*” wordt vaak genoemd, met ongeveer 70% die dit aspect (sterk) heeft meegewogen. *Carrièremogelijkheden* – zoals baan-kansen, salaris en doorgroeimogelijkheden – zijn ten opzichte van 2016 iets belangrijker geworden, maar nog steeds speelt dit aspect een minder grote rol: slechts ongeveer de helft van de respondenten geeft aan dit (sterk) te hebben meegewogen. Deze bevin-

dingen onderstrepen dat mbo-studenten hun keuze vooral baseren op persoonlijke interesse en eigen kunnen, terwijl arbeidsmarktaspecten in mindere mate bepalend zijn. Dat is relevant voor studiekeuzebegeleiding, omdat het benadrukt dat intrinsieke motivatie vaak zwaarder weegt dan rationele overwegingen over loopbaanperspectief.

Tabel 4.3
Relatie tussen overwegingen bij opleidingskeuze en arbeidsuitkomsten

	(1) Geen werk	(2) Uurloon (log)	(3) Werk buiten vakrichting	(4) Onder- benutting	(5) Tevreden- heid	(6) Spijt
Wat ik kan	-0,007 (-0,83)	0,004*** (3,26)	-0,003 (-0,25)	0,0003 (0,04)	0,004 (0,36)	0,001 (0,11)
Wat ik leuk vind	-0,193*** (-2,84)	-0,004 (-0,42)	-0,107** (-1,97)	0,126** (2,22)	0,102*** (2,64)	-0,323*** (-9,13)
Carrière-mogelijkheden	-0,088* (-1,78)	0,024*** (3,46)	-0,123*** (-3,48)	-0,118*** (-3,06)	0,069*** (2,98)	-0,011 (-0,83)
Controle variabelen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
(Pseudo) R-Squared	0,032	0,082	0,033	0,041	0,022	0,044
N	1032	785	1001	1001	1069	2183

Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024, BVE-monitor 2023. Kolommen (1), (3), (4) en (6) geven de effecten na probit analyse weer. Kolommen (2) en (5) geven de effecten na lineaire regressieanalyse weer. In de analyses is gecontroleerd voor geslacht, leeftijd (lineair en kwadraat)

Tabel 4.3 laat zien hoe verschillende overwegingen bij de opleidingskeuze samenhangen met arbeidsuitkomsten die betrekking hebben op de baan van respondenten op het moment van de enquête. Het gaat hierbij om werkloosheid, uurloon, werken binnen of buiten de vakrichting, onderbenutting, tevredenheid en spijt van de studiekeuze. In de analyses is gecontroleerd voor geslacht en leeftijd. Uit de resultaten blijkt dat respondenten die hun keuze vooral baseren op wat zij leuk vinden, gemiddeld tevredener zijn met hun werk, minder vaak spijt hebben van hun studiekeuze en vaker werk vinden binnen hun vakrichting. Ook zijn zij minder vaak werkloos. Deze uitkomsten wijzen erop dat intrinsieke motivatie bij de opleidingskeuze positief samenhangt met de kwaliteit van de latere arbeidspositie. Respondenten die kiezen op basis van wat zij goed kunnen, laten weinig duidelijke verschillen zien in arbeidsuitkomsten. Alleen op het gebied van het uurloon is een klein positief verband zichtbaar: zij verdienen gemiddeld iets meer. Voor andere aspecten, zoals tevredenheid of spijt, is er geen duidelijk effect. Een keuze op basis van carrièremogelijkheden hangt samen met een hoger uurloon, een lagere kans op werkloosheid, meer kans op werk binnen de gevolgde opleiding en een lagere kans op onderbenutting van vaardigheden. Dit keuzaspect levert dus financieel voordeel op en wijst op een sterke aansluiting tussen opleiding en werk. Niet verrassend is er ook een positief verband tussen tevredenheid en het kiezen op basis van carrièremogelijkheden. Samenvattend suggereren de resultaten dat keuzes op basis van persoonlijke interesse leiden tot gunstigere

uitkomsten in termen van tevredenheid en match tussen opleiding en beroep, terwijl keuzes gericht op loopbaanvooruitzichten vooral financiële voordelen opleveren.

Bevindingen uit gesprekken met mbo-studenten: Aspecten bij studiekeuze

In de gesprekken met mbo-studenten werden de informatieaspecten doorgenomen, die bij de studiekeuze van belang zijn. Ten eerste is er de vraag waar studenten goed in zijn. Studenten gaven aan, dat eerdere werkervaring, bijvoorbeeld in de horeca of klantcontact, de keuze beïnvloedt, evenals successen in bepaalde schoolvakken. Negatieve ervaringen met bepaalde vakken kunnen daarentegen leiden tot een switch van opleiding. Ten tweede speelt de vraag wat studenten leuk vinden. Meeloopdagen, stages en eerdere opleidingen werden als behulpzaam benoemd bij het vormen van een realistisch beeld. Familie, vrienden en kennissen blijken invloedrijk, terwijl open dagen wisselend worden gewaardeerd. In economische opleidingen gaven studenten aan vaak een strategische keuze te maken voor een flexibele opleiding als opstap naar het hbo, zelfs als de opleiding zelf minder leuk wordt gevonden. Ten derde is er de vraag wat studenten met hun opleiding kunnen doen op de arbeidsmarkt. Dit aspect speelt bij de studiekeuze doorgaans een beperkte rol, al zijn arbeidsomstandigheden en eerdere werkervaringen wel van belang. LOB-begeleiders bevestigen dit beeld. De locatie van de school blijkt ook een cruciale factor: studenten willen zo dicht mogelijk bij huis studeren en vermijden lange reistijden.

Overeenstemming tussen verwachting en ervaring

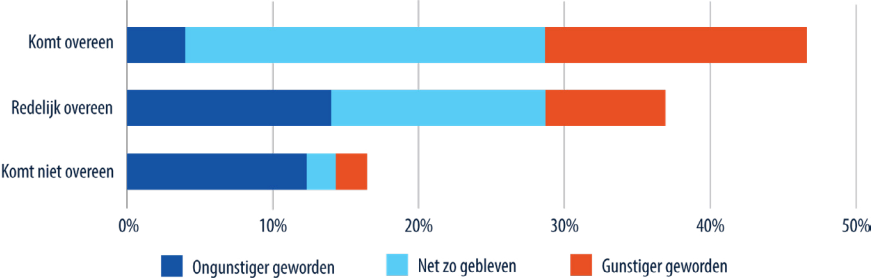
Om inzicht te krijgen in hoe het initiële beeld van de opleiding zich verhoudt tot de latere ervaring, zijn studenten twee vragen voorgelegd over hun verwachtingen en de ontwikkeling daarvan. De eerste vraag onderzoekt in hoeverre het huidige beeld van de opleiding overeenkomt met het beeld dat studenten hadden op het moment van hun studiekeuze. Hiermee wordt gemeten in hoeverre de opleiding voldoet aan de vooraf gevormde verwachtingen. De tweede vraag gaat een stap verder door te peilen of het huidige beeld van de opleiding in de loop van de tijd gunstiger of ongunstiger is geworden. Deze vraag biedt inzicht in de ontwikkeling van tevredenheid en mogelijke bronnen van teleurstelling of juist positieve verrassing tijdens de opleiding. Samen geven deze vragen waardevolle informatie over de kwaliteit van de voorlichting, de realistische verwachtingen van studenten en de mate van tevredenheid over de studiekeuze op de langere termijn.

Figuur 4.8 geeft inzicht in de mate waarin het huidige beeld van de opleiding overeenkomt met het beeld dat studenten hadden op het moment van hun studiekeuze, en hoe dit beeld zich in de loop van de tijd heeft ontwikkeld. Iets minder dan de helft van de respondenten geeft aan dat het beeld van hun opleiding goed of volledig overeenkomt met hun oorspronkelijke verwachting. Binnen deze groep geeft het overgrote deel aan dat dit beeld in de tussentijd niet ongunstiger is geworden; het is volgens hen gelijk

gebleven of zelfs (veel) gunstiger geworden. Bijna 40% van de studenten vindt dat hun huidige beeld redelijk overeenkomt met wat zij vooraf verwachtten. Binnen deze groep blijkt echter dat het aandeel studenten dat vindt dat hun beeld inmiddels ongunstiger is geworden relatief groot is: ongeveer één op de drie geeft dit aan. Ten slotte geeft een kleinere groep, ongeveer 17% van de respondenten, aan dat het beeld van de opleiding niet of totaal niet overeenkomt met het beeld dat zij vooraf hadden. Niet verrassend ervaart het merendeel van deze studenten dat hun kijk op de opleiding in de loop van de tijd negatiever is geworden. Deze resultaten benadrukken het belang van realistische verwachtingen bij het maken van een studiekeuze. Studenten van wie het oorspronkelijke beeld goed aansluit bij de werkelijkheid, blijven doorgaans positiever over hun opleiding. Wanneer dat beeld minder duidelijk of niet realistisch blijkt te zijn, neemt de kans op teleurstelling zichtbaar toe.

Figuur 4.8

Verandering in perceptie van de opleiding



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Resultaten vignet onderzoek

In de vorige paragraaf werden de resultaten van de vragenlijst uitgebreid beschreven. Zoals eerder aangegeven bevatte de enquête ook een keuze experiment (vignet studie). Het doel van dit experimenteel onderzoek is het inzichtelijk maken, welke informatie en informatiekanaal en welke andere aspecten bij het keuzeproces van jongeren relevant zijn en vooral welke afwegingen zij tussen verschillende aspecten maken. Idealiter zouden wij daarvoor jongeren binnen het vmbo vragen om een hypothetische keuze voor opleidingen te maken die van elkaar verschillen langs een aantal relevante dimensies zoals de match met voorkeuren, de kans op werk, het loon en de informatiekanaal voor deze informatie. Terwijl een voordeel van de gebruikte enquête data is dat we een zeer grote steekproef hebben kunnen bereiken, is in deze context een nadeel dat de respondenten niet alleen al een keuze voor een mbo-opleiding hebben gemaakt, maar deze ook al hebben afgerond (zie databeschrijving). Om toch inzicht te krijgen in de afruil tussen verschillende aspecten bij het studiekeuzeproces hebben we ervoor gekozen de respondenten te vragen om een hypothetische vriend of vriendin, die in het laatste jaar van het vmbo zit, te adviseren bij het kiezen tussen twee mbo-opleidingen, waarbij elke opleiding bestaat uit een set van zes kenmerken, zoals de informatiebron of

het nettosalaris na afstuderen.⁵ Respondent moet een afweging maken tussen verschillende kenmerken. Respondenten kregen de volgende beschrijving:

Stel je voor dat een goede vriendin of vriend (m/v/x) van je in het laatste jaar van het vmbo zit. Je vriend wil daarna een vervolgopleiding in het mbo gaan volgen en vraagt jou om hulp bij die beslissing. In de volgende zes vragen word je gevraagd twee mbo-opleidingen met elkaar te vergelijken. Deze mbo-opleidingen onderscheiden zich op zes kenmerken. Overige niet genoemde kenmerken zijn voor beide mbo-opleidingen identiek.

Elke respondent werd vervolgens zes keer gevraagd om een keuzeadvies tussen twee opleidingen A en B te maken. Elke set van twee opleidingen A en B verschilt telkens in de niveaus van de verschillende kenmerken. Tabel 4.4 geeft een overzicht over de kenmerken en waardes daarvan zijn meegenomen. Figuur 4.9 geeft een voorbeeld van zulk een keuze.

Tabel 4.4

Kenmerken en niveaus van kenmerken in het vignetexperiment

Kenmerk	Niveaus van kenmerk
Je vriend ontvangt de volgende informatie van:	Decaan/mentor / Sociale media / Studiekeuzewebsite / Een ouder/verzorger
Toekomstige baan zekerheid	Onder het gemiddelde / Gemiddeld / Boven het gemiddelde
Netto maandsalaris na afstuderen	1.680 / 2.100 / 2.520
Maatschappelijk belang	Laag / Gemiddeld / Hoog
Aansluiting bij capaciteiten	Laag / Gemiddeld / Hoog
Aansluiting bij interesses	Laag / Gemiddeld / Hoog

⁵ Om het loonrealisme in de keuze-experimenten te vergroten, berekenen we de gewogen verdeling van het netto maandsalaris, op basis van gegevens uit de BVE-monitor van 2022. De mediaan bedraagt €2.140,88. Om de cognitieve belasting voor respondenten te beperken, ronden we dit bedrag af naar €2.100 en passen we een $\pm 20\%$ variatie toe, wat resulteert in niveaus van €1.680 en €2.520. Deze 20%-stappen hebben als voordeel dat de bedragen goed aansluiten bij respectievelijk het eerste (€1.742,49) en derde kwartiel (€2.482,60) van de netto salarisverdeling van mbo-afgestudeerden in 2022.

Figuur 4.9
Voorbeeld van een vignet

	Mbo-opleiding A	Mbo-opleiding B
Je vriend ontvangt de volgende informatie van:	Een ouder/verzorger	Studiekeuzewebsite
Toekomstige baanzekerheid:	Boven het gemiddelde	Onder het gemiddelde
Netto maandsalaris na afstuderen:	2520	2100
Maatschappelijke belangen:	Hoog	Laag
Bovendien heeft je vriend de volgende indruk:		
Mbo-opleiding sluit aan bij zijn/haar capaciteiten:	Laag	Hoog
Mbo-opleiding sluit aan bij zijn/haar interesses:	Hoog	Laag
Je advies:	Mbo-opleiding A ☐	Mbo-opleiding B ☐

Door een keuze te maken tussen telkens twee verschillende opleidingen geven de respondenten hun preferenties weer, dus welke aspecten zij belangrijk vinden en welke afruil van kenmerken zij bereid zijn te maken in hun hypothetische advieskeuze. Op basis van een econometrisch model kunnen wij deze preferenties zichtbaar maken door het schatten van coëfficiënten voor elk niveau van de kenmerken, die in de volgende figuren worden afgebeeld.⁶ Negatieve coëfficiënten duiden erop dat het betreffende niveau van kenmerk de waarschijnlijkheid verkleint dat voor de betreffende opleiding

⁶ We schatten een binair logit model om de keuzes van respondenten in het discrete keuze-experiment te analyseren. De observaties zijn gewogen met inverse waarschijnlijkheidsge-
wichten, en de standaardfouten zijn geclusterd op respondentniveau om herhaalde metingen
binnen individuen te corrigeren.

wordt gekozen, wanneer alle andere kenmerken constant worden gehouden. Dit impliceert dat dit specifieke niveau van kenmerk gemiddeld als minder wenselijk wordt beschouwd. Positieve coëfficiënten daarentegen wijzen op een grotere voorkeur voor het betreffende niveau van kenmerk onder de respondenten. De grootte van coëfficiënten geeft verder aan hoe sterk deze preferenties zijn. Schattingen rond de nul geven aan dat er voor het betreffende niveau van kenmerk in principe geen invloed op de keuze heeft, terwijl grote coëfficiënten (in absolute termen) een sterk effect op de keuze hebben.

Figuur 4.10 laat de resultaten uitgesplitst naar geslacht zien. Over het algemeen wordt duidelijk dat de preferenties van vrouwen en mannen niet zeer verschillen. Het blijkt dat het informatiekanaal een klein effect op de keuze heeft. In vergelijking met decanen en mentoren, de referentie categorie, worden andere informatiekkanalen (waaronder ouders) als minder waardevol beschouwd. Dit geldt vooral ook voor sociale media. Baanzekerheid en inkomen laten de verwachte effecten zien. Respondenten geven de voorkeur aan een hoger inkomen en hogere baanzekerheid, terwijl lagere niveaus de kans voor aanbeveling van een mbo-opleiding verkleinen. Het maatschappelijk belang van een opleiding heeft een asymmetrisch effect op de keuze. Het wordt door respondenten afgeraden om voor een opleiding te kiezen die van laag maatschappelijk belang is, maar opleidingen die gekenmerkt zijn door hoog maatschappelijk belang worden niet vaker aanbevolen ten opzichte van opleidingen met een gemiddeld maatschappelijk belang. Tenslotte geven de resultaten ook aan hoe het passen van een opleiding bij de capaciteiten en interesses van de hypothetische vriend de keuze van aanbeveling verandert. Als de overeenkomst van capaciteiten of interesses hoog is wordt de opleiding vaker aanbevolen, en minder vaak als deze niet overeenkomen. Opvallend is dat het passen van interesses een bijzonder sterk effect op de aanbeveling heeft. Vooral als de aansluiting van interesses laag is, word een opleiding duidelijk minder vaak aanbevolen voor de vriend. Dit effect is van alle niveaus van kenmerken het sterkste. Verder tonen de resultaten aan dat voor alle kenmerken, waar de niveaus een rangorde hebben (bv. laag, gemiddeld, hoog), de effecten van een laag niveau in absolute termen een sterker effect hebben dan de effecten van een hoog niveau. Het meest duidelijk is dit bij maatschappelijk belang, waar een hoog niveau überhaupt geen positief effect heeft op de keuze, en bij de aansluiting van interesses, waar het negatieve effect van een laag niveau bijzonder sterk is. Een verklaring van dit patroon zou een versie van verliesaversie ("loss aversion") zijn. Dit is een begrip uit de gedragseconomie en psychologie dat verwijst naar de neiging van mensen om verliezen zwaarder te laten wegen dan even grote winsten.

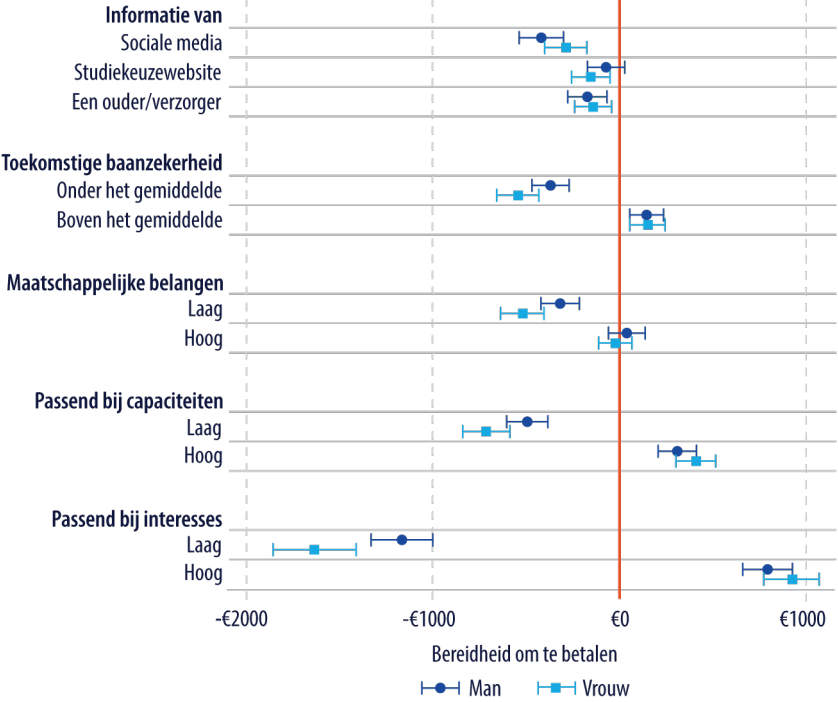
Om een gevoel te krijgen voor de omvang van de gemeten effecten van opleidingskenmerken op de aanbevelingskeuze, zijn de geschatte coëfficiënten naar de betalingsbereidheid voor de verschillende niveaus van deze kenmerken vertaald. Dit doen we door de coëfficiënten van de opleidingskenmerken te vergelijken met die van het nettosalaris (uitgedrukt in euro's). Een positieve betalingsbereidheid geeft aan hoeveel salaris respondenten bereid zouden zijn op te geven om een kenmerk te verkrijgen waarvoor

zij een voorkeur hebben. Een negatieve betalingsbereidheid daarentegen toont aan hoeveel extra salaris respondenten zouden verlangen om een opleiding te accepteren met een minder gewenst kenmerk. De resultaten in Figuur 4.10 laten zien dat de meeste effecten zich vertalen in een betalingsbereidheid van enkele honderden euro's meer of minder salaris. Gezien een gemiddeld netsalaris van €2.100 per maand is dat een aanzienlijke impact. Opvallend is de hoge betalingsbereidheid voor de aansluiting op persoonlijke interesses. Respondenten zouden gemiddeld bijna €1.000 aan salaris inleveren voor een opleiding die sterk aansluit bij hun interesses. Omgekeerd zouden ze pas bereid zijn een opleiding te volgen die daar slecht op aansluit wanneer het salaris tussen de €1.000 en €1.500 hoger ligt. Er is bovendien een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen: een matige aansluiting bij persoonlijke interesses blijkt vooral voor vrouwelijke respondenten minder acceptabel.

In Figuren 4.11 en 4.12 presenteren we resultaten die zijn uitgesplitst naar mbo-niveau (2, 3 en 4) en naar wederkerigheid. Wederkerigheid in sociale interactie verwijst naar het principe dat mensen geneigd zijn iets terug te doen wanneer zij iets ontvangen, wat bijdraagt aan balans en wederzijds vertrouwen in relaties. Als onderdeel van de enquête werd dit aspect bij de respondenten uitgevraagd. In beide figuren zijn er geen grote verschillen zichtbaar in de bereidheid om te betalen voor bepaalde kenmerken van een keuze. Alleen bij de uitsplitsing naar mbo-niveau valt op dat respondenten met een afgeronde mbo-3 opleiding aanzienlijk meer extra salaris (ongeveer €2.000) zouden vragen om een studiekeuze aan te bevelen die niet goed aansluit bij de interesses van een hypothetische vriend. Voor mbo-2-opgeleiden is dit effect minder sterk, maar nog steeds aanzienlijk. Dit kan erop wijzen dat personen met een mbo-3 opleiding sterker hechten aan het belang van passende keuzes voor anderen, of dat zij een grotere morele drempel ervaren bij het adviseren van een minder passende optie.

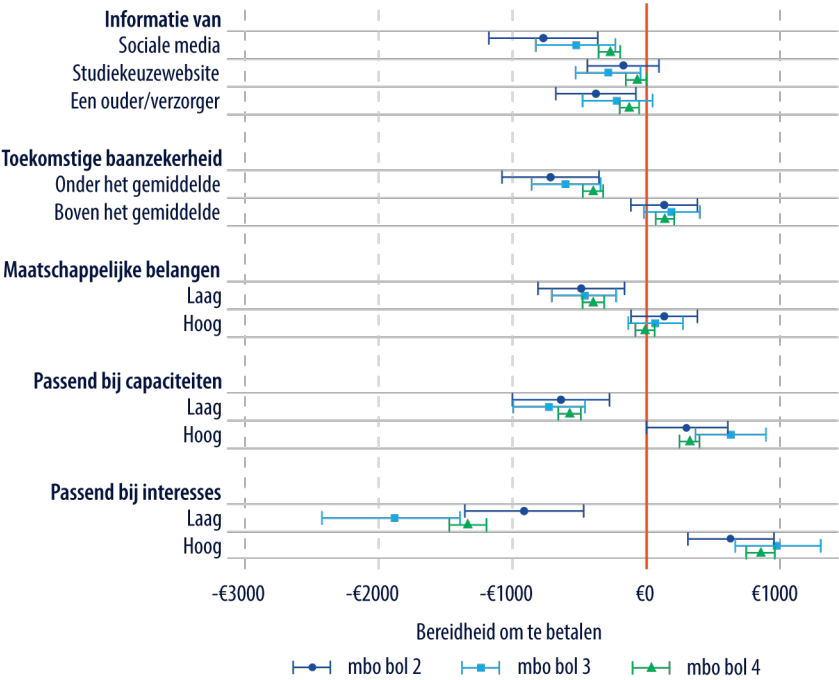
Figuur 4.10

Bereidheid om te betalen naar geslacht



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024, BVE-monitor 2023

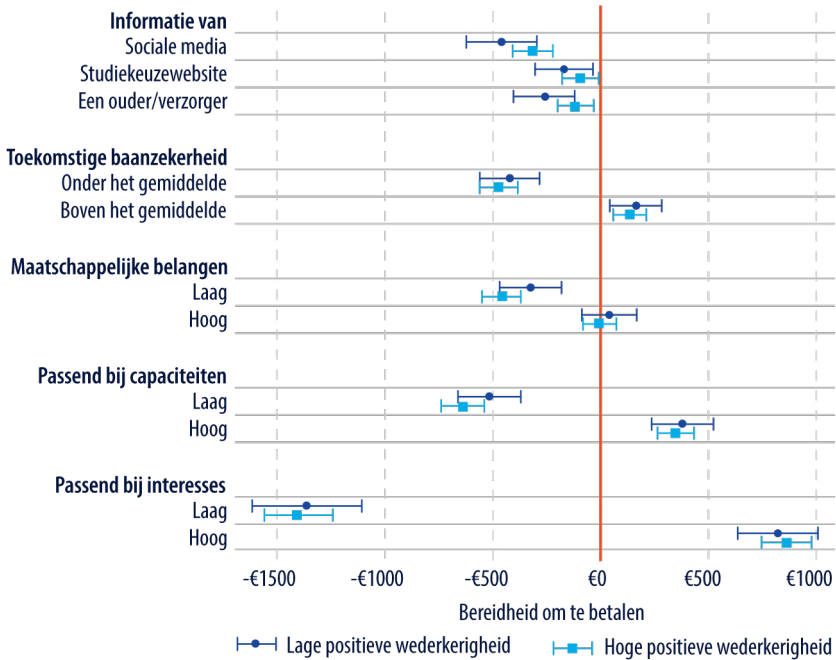
Figuur 4.11
 Bereidheid om te betalen naar mbo-niveau



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024, BVE-monitor 2023

Figuur 4.12

Bereidheid om te betalen naar positieve wederkerigheid



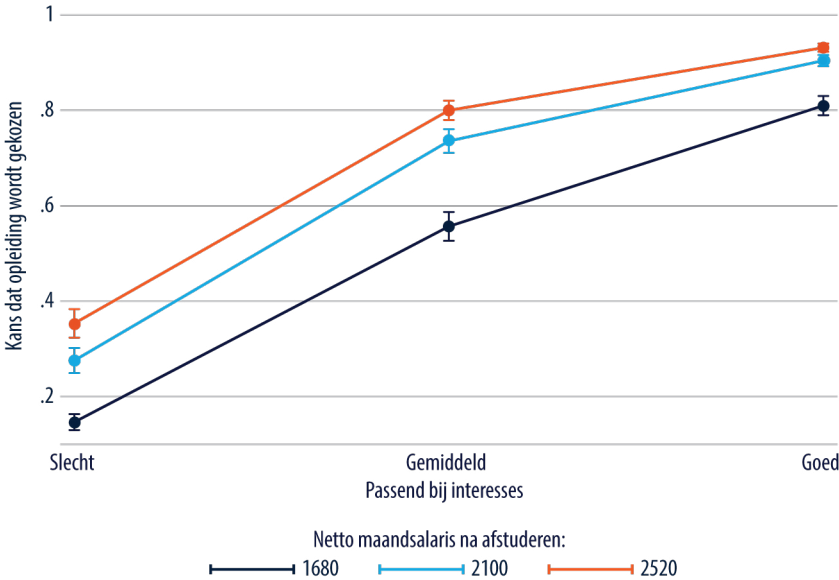
Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Uit de resultaten blijkt dat een studie vooral wordt aanbevolen wanneer deze goed aansluit bij de interesses van de hypothetische vriend. Kwantitatief is dit het sterkst werkende effect. Een manier om dit te illustreren, is door te kijken naar de waarschijnlijkheid dat een opleiding wordt aanbevolen, uitgesplitst naar de mate van aansluiting tussen de studie en de interesses (laag, gemiddeld of hoog), waarbij alle andere kenmerken constant worden gehouden. De resultaten in Figuur 4.13 laten zien dat de kans op aanbeveling zelfs bij een bovengemiddeld salaris onder de 40% blijft wanneer de aansluiting laag is; bij een beneden gemiddeld salaris daalt dit zelfs tot onder de 20%. Wanneer de aansluiting gemiddeld is, stijgt de kans op aanbeveling aanzienlijk: tot ongeveer 80% bij een hoog salaris en ongeveer 55% bij een laag salaris. Als de aansluiting boven gemiddeld is, loopt de kans op aanbeveling op tot tussen de 80% en 90%. Deze patronen bevestigen dat de mate van aansluiting bij de interesses een doorslaggevende factor is in het besluit om een studie aan te bevelen. Figuur 4.14 toont een vergelijkbare analyse voor het maatschappelijk belang van de opleiding. Zoals eerder besproken, speelt dit kenmerk een minder prominente rol in de afweging van respondenten. De kans dat een studie wordt aanbevolen is weliswaar hoger wanneer het maatschappelijk belang gemiddeld is, vergeleken met opleidingen met een laag maatschappelijk belang. Echter, wanneer het maatschappelijk belang hoog is, neemt de kans op

aanbeveling niet verder toe. Dit suggereert dat maatschappelijk belang slechts tot op zekere hoogte een rol speelt in het adviesproces en niet dezelfde overtuigingskracht heeft als persoonlijke interesse.

Figuur 4.13

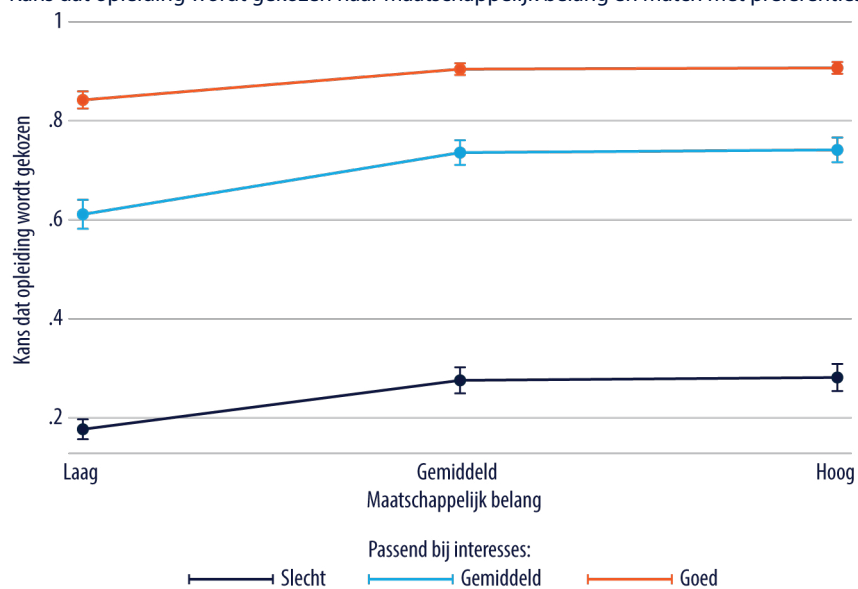
Kans dat opleiding wordt gekozen naar salaris en match met preferenties



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

Figuur 4.14

Kans dat opleiding wordt gekozen naar maatschappelijk belang en match met preferenties



Bron: ROA, Vervolgonderzoek Studiekeuze 2024

5 Discussie en implicaties

De centrale vraag van dit onderzoek was: Hoe kunnen meer jongeren gestimuleerd worden om te kiezen voor een kansrijke studie? Om deze vraag te beantwoorden is onderzocht hoe studiekeuzes tot stand komen, welke informatie jongeren gebruiken, en via welke kanalen zij deze informatie ontvangen. In dit rapport is daarvoor gebruikgemaakt van een combinatie van literatuuronderzoek, kwantitatieve analyses van administratieve data, kwalitatieve interviews met mbo-studenten en -begeleiders, en een grootschalige enquête onder recent afgestudeerde mbo'ers, inclusief een vignetstudie.

5.1 Reflectie op de belangrijkste bevindingen

Studiekeuze is een persoonlijk, maar niet altijd geïnformeerd proces

Jongeren baseren hun studiekeuze in de eerste plaats op persoonlijke interesses ("wat vind ik leuk?") en competenties ("waar ben ik goed in?"). Deze intrinsieke motivatie vormt een belangrijke basis voor tevredenheid in de opleiding. Arbeidsmarktoverwegingen, zoals baankansen of salaris, worden minder vaak expliciet meegewogen. Maar het belang daarvan onder jongeren neemt over de tijd toe en jongeren blijken wél gevoelig te zijn voor dergelijke informatie als deze op een duidelijke en toegankelijke manier wordt gepresenteerd als onderdeel van een keuzeproces waar nagedacht wordt over de match met preferenties, capaciteiten én de vraag vanuit de arbeidsmarkt. De keuze is meestal gebaseerd op logische overwegingen. De vignetstudie laat zien dat jongeren opleidingen met goede baankansen en een hoog salaris significant vaker aanbevelen, mits deze ook goed aansluiten bij interesses of talenten. Dit is in lijn met recent veld-experimenteel onderzoek over de studiekeuze van vmbo'ers door de Koning et al. (2025).

Informatievoorziening is gefragmenteerd en gebruik ervan is selectief

Jongeren maken gebruik van een breed palet aan informatiebronnen, met een nadruk op persoonlijke gesprekken en fysieke voorlichtingsmomenten. Open dagen, websites van onderwijsinstellingen, en gesprekken met ouders, vrienden en schoolbegeleiders worden het meest genoemd. Digitale en sociale media spelen slechts een marginale rol in het studiekeuzeproces, ondanks hun grote aanwezigheid in het dagelijks leven van jongeren. Er blijkt bovendien sprake van gebrekkig of onvolledig inzicht in arbeidsmarktperspectieven, wat het risico op mismatches en teleurstelling vergroot.

Jongeren reageren op arbeidsmarktsignalen

Uit de kwantitatieve analyses blijkt dat mbo-opleidingen met gunstige arbeidsmarktuitkomsten – zoals een hoger uurloon of een lagere werkloosheidskans – gemiddeld meer nieuwe studenten aantrekken. Dit wijst op een zekere mate van responsiviteit aan de kant van studiekeuzers. Het blijft echter onduidelijk in hoeverre jongeren uit zichzelf actief op zoek zijn naar deze informatie, of dat hun keuze indirect wordt beïnvloed

door beeldvorming via ouders, mentoren of informele netwerken, waarvan wij hier laten zien dat zij een belangrijke rol spelen in de keuzes die jongeren maken. Dat jongeren gevoelig zijn voor arbeidsmarktsignalen is echter in lijn met wat de Koning et al. (2025) in hun experimenteel onderzoek in het vmbo aantonen.

Maatschappelijk belang krijgt beperkte aandacht in keuzeproces

Tegelijkertijd blijkt dat maatschappelijke relevantie – bijvoorbeeld het bijdragen aan de zorg of de energietransitie – slechts zelden bewust wordt meegenomen in het keuzeproces. Toch zijn dit juist sectoren waar structurele tekorten bestaan en waar de inzet van gemotiveerde jongeren van groot belang is voor het functioneren van de samenleving. De beperkte aandacht voor maatschappelijke bijdrage in het studiekeuzeproces vormt daarmee niet alleen een individueel risico op mismatch, maar ook een collectieve uitdaging.

Realistische verwachtingen dragen bij aan tevredenheid en succes

Bijna de helft van de studenten geeft aan dat het beeld dat zij vooraf hadden van hun opleiding grotendeels overeenkomt met hun latere ervaring. Studenten die vooraf een realistisch beeld hadden, zijn over het algemeen meer tevreden met hun opleiding en ervaren minder spijt achteraf. Andersom geldt dat studenten met onjuiste of te positieve verwachtingen sneller teleurstelling ervaren. Dit benadrukt het belang van transparante, eerlijke en concrete voorlichting over opleidingen en toekomstige loopbaanuitkomsten.

5.2 Opbrengsten voor beleid

Versterk de rol van arbeidsmarktperspectieven in LOB

Ons onderzoek laat zien dat jongeren het belangrijk vinden om voor opleidingen te kiezen die bij hen passen, én gevoelig zijn voor de arbeidsmarktkansen die opleidingen bieden. Maar niet alle opleidingen liggen even goed in de markt. In Nederland ligt de nadruk in LOB methodes op keuzes die bij jongeren passen en er zijn daarnaast websites die arbeidsmarktinformatie voor beroepen en opleidingen bieden.⁷ De twee staan echter los van elkaar. Er is winst te behalen door jongeren eerder en beter te informeren over arbeidsmarktkansen, bijvoorbeeld via loondata, baankansen of groeisectoren en technologische ontwikkelingen. Deze informatie dient eenvoudig en visueel beschikbaar te zijn, liefst geïntegreerd in bestaande LOB-instrumenten. Niet als vervanging van interesse gedreven begeleiding, maar als aanvulling die jongeren helpt hun voorkeuren af te wegen tegen realistische verwachtingen (de Koning 2022, de Koning et al. 2025).

Begin vroeg en bied ruimte voor heroverweging

Uit de resultaten van onze enquête onder mbo-afgestudeerden en onze gesprekken met mbo-studenten blijkt dat de meeste jongeren hun keuze ruim voor de inschrijfdeadline

⁷ Voorbeelden zijn <https://www.kiesmbo.nl>, <https://www.studiekeuze123.nl/>, <https://www.expertisepuntlob.nl/themas/arbeidsmarktinformatie-en-lob>.

maken, vaak zonder veel twijfel. Toch blijkt uit onze interviews dat sommigen het gevoel hebben te vroeg te moeten kiezen, zonder voldoende zicht op hun mogelijkheden. Het loont daarom om LOB al vroeg in het onderwijs te starten, maar dit te combineren met momenten van reflectie en heroverweging, bijvoorbeeld via keuzemomenten in het curriculum of doorlopende loopbaangesprekken.

Verbreiding van interesses als sleutel tot kansrijke studiekeuzes

Om jongeren te stimuleren te kiezen voor kansrijke studies, is het niet voldoende om enkel arbeidsmarktinformatie aan te bieden. Onze bevindingen laten zien dat veel jongeren grote waarde hechten aan persoonlijke interesse en een gevoel van aansluiting bij een opleiding of beroep. Beleid moet daarom niet alleen informeren, maar ook inspelen op hoe interesses gevormd worden. Dit vraagt om interventies die jongeren op een positieve manier in aanraking brengen met kansrijke beroepen – bijvoorbeeld via praktijkervaringen, rolmodellen of inspirerende loopbaanvoorlichting – zodat hun beeld en voorkeuren zich kunnen verbreden. Het doel is niet om jongeren tegen hun wil in een bepaalde richting te duwen, maar om de aantrekkelijkheid en herkenbaarheid van kansrijke studierichtingen te vergroten binnen hun bestaande belevingswereld.

Maak maatschappelijk belang explicieter

Naast individuele loopbaankansen moeten ook maatschappelijke belangen explicieter worden meegenomen in de begeleiding. Opleidingen die leiden tot beroepen in sectoren met hoge maatschappelijke waarde – zoals zorg, techniek of bouw – verdienen extra aandacht in LOB, niet als verplichting, maar als betekenisvolle keuzeopties die jongeren kunnen aanspreken vanuit maatschappelijke betrokkenheid.

6 Literatuur

- Acemoglu, D., Anderson, G., Beede, D., Buffington, C., Childress, E., Dinlersoz, E., Foster, L., Goldschlag, N., Haltiwanger, J., Kroff, Z., Restrepo, P., & Zolas, N. (2023). *Advanced Technology Adoption: Selection or Causal Effects?* AEA Papers and Proceedings, 113, 210–214. <https://doi.org/10.1257/pandp.20231037>
- Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2018). The Race between Man and Machine: Implications of Technology for Growth, Factor Shares, and Employment. *American Economic Review*, 108(6), 1488–1542. <https://doi.org/10.1257/aer.20160696>
- Ahmed, K. A., Sharif, N., & Ahmad, N. (2017). Factors Influencing Students' Career Choices: Empirical Evidence from Business Students. *Journal of Southeast Asian Research*, 1–15. <https://doi.org/10.5171/2017.718849>
- Alcott, B. (2017). Does Teacher Encouragement Influence Students' Educational Progress? A Propensity-Score Matching Analysis. *Research in Higher Education*, 58, 773–804. <https://doi.org/10.1007/s11162-017-9446-2>
- Aldahdouh, T. Z., Nokelainen, P., & Korhonen, V. (2020). Technology and Social Media Usage in Higher Education: The Influence of Individual Innovativeness. *SAGE Open*, 10(1), 2158244019899441. <https://doi.org/10.1177/2158244019899441>
- Alexander, P. M., Holmner, M., Lotriet, H. H., Matthee, M. C., Pieterse, H. V., Naidoo, S., Twinomurizi, H., & Jordaan, D. (2011). Factors Affecting Career Choice: Comparison Between Students from Computer and Other Disciplines. *Journal of Science Education and Technology*, 20, 300–315. <https://doi.org/10.1007/s10956-010-9254-3>
- Amalba, A., Abantanga, F. A., Scherpbier, A. J. J. A., & Van Mook, W. N. K. A. (2017). Community-based education: The influence of role modeling on career choice and practice location. *Medical Teacher*, 39(2), 174–180. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2016.1246711>
- Anderson, M., Faverio, M., & Gottfried, J. (2023). *Teens, Social Media and Technology 2023* (pp. 1–25). Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2023/12/PI_2023.12.11-Teens-Social-Media-Tech_FINAL.pdf
- Arcidiacono, P., Aucejo, E., Maurel, A., & Ransom, T. (2025). College Attrition and the Dynamics of Information Revelation. *Journal of Political Economy*, 133(1), 53–110. <https://doi.org/10.1086/732526>
- Arcidiacono, P., Hotz, V. J., & Kang, S. (2012). Modeling college major choices using elicited measures of expectations and counterfactuals. *Journal of Econometrics*, 166(1), 3–16. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2011.06.002>
- Arnold, M., Goldschmitt, M., & Rigotti, T. (2023). Dealing with information overload: A comprehensive review. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1122200>
- Bacila, M. (2008). 12th grade students' behaviour in the decision-making process of educational choices. *Management & Marketing*, 3(4), 81–92.
- Bahlmann, M. (2021). *Welke kanalen gebruiken scholieren voor hun studiekeuze?* Qompas.
- Bakens, J., Cobben, L., Abbink, H., Meijer, R., Dijkman, S., Fouarge, D., & Pestel, N. (2023). *De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2028* (003; ROA Reports, pp. 1–96). ROA.

- Bakens, J., Cobben, L., Abbink, H., Meijer, R., Dijkman, S., Fouarge, D., & Pestel, N. (2024). *Update arbeidsmarktprognoses tot 2028* (008; ROA Fact Sheets, p. 3). ROA. <https://doi.org/10.26481/umarof.2024008>
- Bakens, J., Dijkman, S., & Fouarge, D. (2019). *Opleidingsclassificatie naar Niveau en Richting 2019: Achtergronddocumentatie*. ROA. ROA Technical Reports No. 001 <https://doi.org/10.26481/umarof.2019001>
- Bakens, J., & Fouarge, D. (2022). Huidige vacatures zijn slechte raadgever voor studiekeuze. *ESB*, 107(4809), 211–213.
- Baker, R., Bettinger, E., Jacob, B., & Marinescu, I. (2018). The Effect of Labor Market Information on Community College Students' Major Choice. *Economics of Education Review*, 65, 18–30. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2018.05.005>
- Bardhan, A., Hicks, D., & Jaffee, D. (2013). How responsive is higher education? The linkages between higher education and the labour market. *Applied Economics*, 45(10), 1239–1256.
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (1st ed.). National Bureau of Economic Research; Columbia University Press.
- Beneke, J. (2011). Student recruitment and relationship marketing-convergence or contortion? *South African Journal of Higher Education*, 25(3), 412–424.
- Bettinger, E. P., & Long, B. (2009). Addressing the needs of underprepared students in higher education does college remediation work? *Journal of Human Resources*, 44(3), 736–771.
- Betts, J. R. (1996). What Do Students Know about Wages? Evidence from a Survey of Undergraduates. *Journal of Human Resources*, 31(1), 27–56. <https://doi.org/10.2307/146042>
- Blau, P. M., & Duncan, O. D. (1967). *The American Occupational Structure*. Wiley. <https://eric.ed.gov/?id=ED066526>
- Boer, M., Van Dorsselaer, S., De Looze, M., De Roos, S., Brons, H., Van den Eijnden, R., Monshouwer, K., Huijnk, W., Ter Bogt, T., Vollebergh, W., & Stevens, G. (2022). *Gezondheid en welzijn van jongeren in Nederland* (HBSC 2021) [Rapport]. Trimbos Instituut.
- Bonnema, J., & Van der Walldt, D. (2008). Information and source preferences of a student market in higher education. *International Journal of Educational Management*, 22(4), 314–327. <https://doi.org/10.1108/09513540810875653>
- Borghans, L., Golsteyn, B. H. H., & Stenberg, A. (2015). Does Expert Advice Improve Educational Choice? *PLOS ONE*, 10(12), e0145378. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0145378>
- Boudon, R. (1974). *Education, Opportunity, and Social Inequality: Changing Prospects in Western Society*. Wiley. <https://eric.ed.gov/?id=ED091493>
- Canals, C., Maroulis, S., Canessa, S., Chaigneau, S., & Mizala, A. (2023). Mechanisms Underlying Choice-Set Formation: The Case of School Choice in Chile. *Social Science Computer Review*, 41(5), 1897–1901. <https://doi.org/10.1177/08944393221088659>
- Carlana, M. (2019). Implicit Stereotypes: Evidence from Teachers' Gender Bias. *The Quarterly Journal of Economics*, 134(3), 1163–1224. <https://doi.org/10.1093/qje/qjz008>
- Cobben, L., & Huijgen, T. (2024). *Schoolverlaters tussen onderwijs en arbeidsmarkt 2023* (010; ROA Fact Sheets, p. 12). ROA. <https://doi.org/10.26481/umarof.2024010>
- Constantinides, E., & Zinck Stagno, M. C. (2011). Potential of the social media as instruments of higher education marketing: A segmentation study. *Journal of Marketing for Higher Education*, 21(1), 7–24. <https://doi.org/10.1080/08841241.2011.573593>
- CPB (2024). *De relatie tussen de arbeidsmarkt en studie-inschrijvingen*. Den Haag: CPB.

- Cuff, B. M. P. (2017). Perceptions of subject difficulty and subject choices: Are the two linked, and if so, how? (pp. 1–55). *Ofqual*. <https://www.gov.uk/government/publications/students-subject-choices-at-gcse-and-a-level>
- Davies, P., Mangan, J., Hughes, A., & Slack, K. (2013). Labour market motivation and undergraduates' choice of degree subject. *British Educational Research Journal*, 39(2), 361–382.
- De Boer, T., Vankan, A., Mosmuller, V., Tossaint, E., Bokdam, J., Carrilho, S., Kamphuis, E., Vleeskens, M., de Graaf, D., Prins, H., & Pritsch, D. (2024). *Studiekeuze in beweging* (2023.152.2420; p. 93). Dialogic, Oberon & SEO. [https://www.expertisepuntlob.nl/bestanden/bestanden/Arbeidsmarktinfo/Dialogic_Oberon_SEO_-_Studiekeuze_in_beweging_\(2024\).pdf](https://www.expertisepuntlob.nl/bestanden/bestanden/Arbeidsmarktinfo/Dialogic_Oberon_SEO_-_Studiekeuze_in_beweging_(2024).pdf)
- De Koning, B. (2022). *Empirical studies on information, beliefs, and choices in education and work* [Doctoral Thesis]. Maastricht University.
- De Koning, B., Dur, R., & Fouarge, D. (2025). *Correcting Beliefs About Job Opportunities and Wages: A Field Experiment on Education Choices*. IZA Discussion Paper No. 17951.
- De Winter-Koçak, S., Klooster, E., & Day, M. (2018). *Kiezen voor politie: Een onderzoek onder mbo-studenten met een migratieachtergrond in het veiligheidsdomein* (pp. 1–100). Verwey-Jonker Instituut. https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2020/07/116040_Kiezen-voor-politie-2.pdf
- Demulder, L., Willems, J., Verschueren, K., Lacante, M., & Donche, V. (2019). Het studiekeuzeproces voor hoger onderwijs in kaart: Validering van de Verkorte Vragenlijst Studiekeuzetaken (VVST). *Pedagogische Studien*, 96(5), 312–328.
- Diemer, M. A., & Ali, S. R. (2009). Integrating social class into vocational psychology: Theory and practice implications. *Journal of Career Assessment*, 17(3), 247–265. <https://doi.org/10.1177/1069072708330462>
- Diemer, M. A., & Blustein, D. L. (2007). Vocational hope and vocational identity; Urban adolescents' career development. *Journal of Career Assessment*, 15(1), 98–118. <https://doi.org/10.1177/1069072706294528>
- Diender, A., Bos, D., Den Hartog, M., De Koning, J., De Vleeschouwer, E., Van der Toorn, A.-J., & Gelderblom, A. (2023). *LOB & kansrijke keuzes op het vmbo* (pp. 1–113) [Onderzoeksrapport]. SEOR. https://www.seor.nl/Cms_Media/S1301-Ondersteuning-van-optimale-studieloopbaankeuzes-hoofdrapport.pdf
- Dijks, M. A. (2023). *What's next? A study on subject choices in Dutch secondary education*. University of Groningen.
- Draaisma, A., Meijers, F., & Kuijpers, M. (2018). The development of strong career learning environments: The project 'Career Orientation and Guidance' in Dutch vocational education. *Journal of Vocational Education & Training*, 70(1), 27–46. <https://doi.org/10.1080/13636820.2017.1392995>
- Fouarge, D., Künn, A., & Mommers, A. (2016). *Studiekeuze en arbeidsmarkt: Literatuurstudie* (Working paper 003; ROA Reports, pp. 1–52). ROA. <https://doi.org/10.26481/umarep.2016003>
- Fouarge, D., Künn, A., & Punt, D. (2017). *De rol van arbeidsmarktinformatie in de opleidingskeuze van mbo'ers*. ROA Reports. ROA. <https://doi.org/10.26481/umarep.2017009>
- French, R., & Oreopoulos, P. (2017). Behavioral barriers transitioning to college. *Labour Economics*, 47, 48–63. <https://doi.org/10.1016/J.LABECO.2017.05.005>
- Gelderblom, A., Bos, D., Diender, A., Den Hartog, M., De Koning, J., Van der Toorn, A.-J., & De Vleeschouwer, E. (2023). *LOB & kansrijke keuzes op het vmbo* (pp. 1–113) [Onderzoeksrapport].

- SEOR. <https://www.seor.nl/wp-content/uploads/2025/03/S1301-Ondersteuning-van-optimale-studieloopbaankeuzes-hoofdrapport.pdf>
- Germeijs, V., & Verschuere, K. (2006). High school students' career decision-making process: A longitudinal study of one choice. *Journal of Vocational Behavior*, 68(2), 189–204. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.08.004>
- Hastings, J. S., Neilson, C. A., Ramirez, A., & Zimmerman, S. D. (2016). (Un)informed college and major choice: Evidence from linked survey and administrative data. *Economics of Education Review*, 51, 136–151. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2015.06.005>
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2015). University choice: What do we know, what don't we know and what do we still need to find out? *International Journal of Educational Management*, 29(3), 254–274. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2013-0150>
- Holdsworth, D. K., & Derek, N. (2006). Choice modeling New Zealand high school seniors' preferences for university education. *Journal of Marketing for Higher Education*, 15(2), 81–102. https://doi.org/10.1300/J050v15n02_04
- Hötte, K., Somers, M., & Theodorakopoulos, A. (2023). Technology and jobs: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 194. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122750>
- Ihlanfeldt, W. (1980). *Achieving Optimal Enrollments and Tuition Revenues*. Jossey-Bass.
- Janssen, L. A., Huitsing, G., Beek, B. ter, & Timmermans, A. C. (2021). Gelijke kansen voor leerlingen met lager opgeleide ouders bij de overgang naar het voortgezet onderwijs? In *Mens & Maatschappij* (Vol. 96, Issue 1, pp. 7–30). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/MEM2021.1.002.JANS>
- Jensen, R. (2010). The (Perceived) Returns to Education and the Demand for Schooling*. *The Quarterly Journal of Economics*, 125(2), 515–548. <https://doi.org/10.1162/qjec.2010.125.2.515>
- Johnston, T. C. (2010). Who And What Influences Choice Of University? Student And University Perceptions. *American Journal of Business Education*, 3(10), 15–24. <https://doi.org/10.19030/ajbe.v3i10.484>
- Kerr, S. P., Pekkarinen, T., Sarvimäki, M., & Uusitalo, R. (2020). Post-secondary education and information on labor market prospects: A randomized field experiment. *Labour Economics*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2020.101888>
- Koçak, O., Ak, N., Erdem, S. S., Sinan, M., Younis, M. Z., & Erdoğan, A. (2021). The Role of Family Influence and Academic Satisfaction on Career Decision-Making Self-Efficacy and Happiness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph18115919>
- Kraus, S., Ferraris, A., & Bertello, A. (2023). The future of work: How innovation and digitalization re-shape the workplace. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100438>
- Kuijpers, M., Diender, A., & Hermans, A. (2018). *Handreiking Werkexploratie in het vmbo* (pp. 1–76). Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid/Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. https://www.expertisepuntlob.nl/bestanden/LOWAN/handreiking_werkexploratie_in_het_vmbo_lob_002.pdf
- Lacka, E., & Wong, T. C. (2019). Examining the Impact of Digital Technologies on Students' Higher Education Outcomes: The Case of the Virtual Learning Environment and Social Media. *Studies in Higher Education*, 46(8), 1621–1634. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1698533>

- Larose, S., Ratelle, C. F., Guay, F., Senécal, C., & Harvey, M. (2006). Trajectories of science self-efficacy beliefs during the college transition and academic and vocational adjustment in science and technology programs. *Educational Research and Evaluation*, 12(4), 373–393. <https://doi.org/10.1080/13803610600765836>
- Le, T. D., Robinson, L., & Dobeles, A. (2020). Understanding high school students use of choice factors and word-of-mouth information sources in university selection. *Studies in Higher Education*, 45, 808–818. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1564259>
- Lee, J., Lee, H. J., Song, J., & Bong, M. (2021). Enhancing children's math motivation with a joint intervention on mindset and gender stereotypes. *Learning and Instruction*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2020.101416>
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V.-S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600>
- Lobeau, P. (2019). *De Rol van Ouders bij het Studiekeuzeprocess van Studenten voor Hoger Onderwijs* [Master thesis, Universiteit Gent]. https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/784/727/RUG01-002784727_2019_0001_AC.pdf
- Maniu, I., & Maniu, G. C. (2014). A model of students' university decision-making behavior. *SEA - Practical Application of Science*, 3(5), 431–436.
- Marciano, L., Ostroumova, M., Schulz, P. J., & Camerini, A.-L. (2021). Digital Media Use and Adolescents' Mental Health During the Covid-19 Pandemic: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.793868>
- Maringe, F. (2006). University and course choice. *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466–479. <https://doi.org/10.1108/09513540610683711>
- Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). [Review of Social media marketing gains importance after Covid-19, by U. Awan]. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1870797>
- Nemar, S. E., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An innovative stakeholder framework for the Student-Choice Decision making process. *Journal of Business Research*, 119, 339–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.053>
- Non, M., Tranakieva, K., & Magnée, C. (2024). *De relatie tussen de arbeidsmarkt en studie-inschrijvingen* [CPB Publicatie]. CPB. <https://www.cpb.nl/sites/default/files/omnidownload/CPB-Publicatie-de-relatie-tussen-de-arbeidsmarkt-en-studie-inschrijvingen.pdf>
- Nyangau, J., & Bado, N. (2012). Social media and marketing of higher education. *Journal of the Research Center for Educational Technology*, 8(1), 38–51.
- Obermeit, K. (2012). Students' choice of universities in Germany: Structure, factors and information sources used. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 206–230. <https://doi.org/10.1080/08841241.2012.737870>
- Pamploni, A. M. (2010). The influence of organizational image on college selection: What students seek in institutions of higher education. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1), 19–48. <https://doi.org/10.1080/08841241003788037>
- Patti, C. H., & Chen, C. H. (2009). Types of Word-of-Mouth Messages: Information Search and Credence-Based Services. *Journal of Promotion Management*, 15(3), 357–381. <https://doi.org/10.1080/10496490903185760>

- Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. T. V. (2023). The impact of social media marketing and brand credibility on higher education institutes' brand equity in emerging countries. *Journal of Marketing Communications*, 29(8), 770–795. <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2086284>
- Pleitz, J. D., MacDougall, A. E., Terry, R. A., Buckley, M. R., & Campbell, N. J. (2015). Great Expectations: Examining the Discrepancy Between Expectations and Experiences on College Student Retention. *Journal of College Student Retention*, 17(1), 88–104. <https://doi.org/10.1177/1521025115571252>
- Poldin, O., Valeeva, D., & Yudkevich, M. (2015). Choice of specialization: Do peers matter? *Applied Economics*, 47(44), 4728–4740. <https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1034840>
- Poole, R., Thompson, D., & Galloway, D. (2023). Decisions, decisions, decisions: An exploration of factors affecting the decision-making of 'Uni Connect' students, when choosing higher education study. *Journal of Marketing for Higher Education*. <https://doi.org/10.1080/08841241.2023.2275752>
- Quite, W., Hofstra, B., Knigge, A., & De Schipper, N. (2013). De werking van sociaal kapitaal in het statusverwervingsproces in Nederland. *Mens & Maatschappij*, 88(4), 400–425. <https://doi.org/10.5117/MEM2013.4.QUIT>
- Rekers-Mombarg, L., Korpershoek, H., Kuyper, H., & Van der Werf, M. (2010). *Van studiehuis naar studentenhuys, de studeer-, werk- en persoonlijke situatie van havo- en vwo-eindexamen leerlingen* (Research and Evaluation of Educational Effectiveness, p. 98). Rijksuniversiteit Groningen.
- Roese, N. J., & Summerville, A. (2005). What We Regret Most... And Why. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(9), 1273–1285. <https://doi.org/10.1177/0146167205274693>
- Rosen, S. (1983). Human Capital. *Journal of Labor Economics*, 1(1), 43–49.
- Sabates, R., Harris, A. L., & Staff, J. (2011). Ambition Gone Awry: The Long-Term Socioeconomic Consequences of Misaligned and Uncertain Ambitions in Adolescence. *Social Science Quarterly*, 92(4), 959–977.
- Savioni, L., Triberti, S., Durosini, I., & Pravettoni, G. (2023). How to make big decisions: A cross-sectional study on the decision making process in life choices. *Current Psychology*, 42(18), 15223–15236. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-02792-x>
- Schmader, T., Johns, M., & Barquissau, M. (2004). The Costs of Accepting Gender Differences: The Role of Stereotype Endorsement in Women's Experience in the Math Domain. *Sex Roles*, 50, 835–850. <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000029101.74557.a0>
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>
- Sert, H. P., & Başkale, H. (2023). Students' increased time spent on social media, and their level of coronavirus anxiety during the pandemic, predict increased social media addiction. *Health Information and Libraries Journal*, 40(3), 262–274. <https://doi.org/10.1111/hir.12448>
- Shields, A. B., & Peruta, A. (2019). Social media and the university decision. Do prospective students really care? *Journal of Marketing for Higher Education*, 29(1), 67–83. <https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1557778>
- Sikora, J. (2018). Aimless or flexible? Does uncertainty in adolescent occupational expectations matter in young adulthood? *Australian Journal of Education*, 62(2), 154–168.
- Simões, C., & Soares, A. M. (2010). Applying to higher education: Information sources and choice factors. *Studies in Higher Education*, 35(4), 371–389. <https://doi.org/10.1080/03075070903096490>
- Smeters, R. (2022). Hoe kiezen scholieren een studie? Stemmingmakers.

- Sojkin, B., Bartkowiak, P., & Skuza, A. (2012). Determinants of higher education choices and student satisfaction: The case of Poland. *Higher Education*, 63, 565–581. <https://doi.org/10.1007/s10734-011-9459-2>
- Somers, M., & Fouarge, D. (2017). *The role of unanticipated labour market conditions in graduates' regret of study choice*. Maastricht University.
- Taylor, B. J., & Morphew, C. C. (2010). An Analysis of Baccalaureate College Mission Statements. *Research in Higher Education*, 51(5), 483–503.
- Ter Weel, B. (2018). Nieuwe technologie transformeert de vraag naar arbeid. *ESB*, 103(4776).
- Ter Weel, B., Zwetsloot, J., & Bisschop, P. (2021). Technologie verslechtert arbeidsmarktkansen van mbo'ers. *ESB*, 106(4797), 226–229.
- Urtasun, A., & Núñez, I. (2012). Work-based competences and careers prospects: A study of Spanish employees. *Personnel Review*, 41(4), 428–449. <https://doi.org/10.1108/00483481211229366>
- Valet, P., Sauer, C., & Tolsma, J. (2021). Preferences for work arrangements: A discrete choice experiment. *PLoS One*, 16(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254483>
- Van den Berg, E., Ter Weel, B., & Bisschop, P. (2020). *Verschillen in arbeidsparticipatie van mbo'ers circa een jaar na afstuderen* (Rapport 2020–73). SEO Economisch Onderzoek.
- Van den Broek, A., Termorshuizen, T., & Cuppen, J. (2023). *Monitor beleidsmaatregelen hoger onderwijs 2022-2023* (Monitor Beleidsmaatregelen, pp. 1–226). ResearchNed. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2023/06/23/monitor-beleidsmaatregelen-hoger-onderwijs-2022-2023>
- Van der Vleuten, M. (2022). *Gendered Choices: Fields of study of adolescents in the Netherlands* [Dissertation]. Utrecht University.
- Visser, J. (2016, June 1). Wat marktwerking met het Nederlandse onderwijs heeft gedaan. *De Correspondent*. <https://bitly.ws/3gvio>
- Voorveld, H. A. M., Meppelink, C. S., & Boerman, S. C. (2024). Consumers' persuasion knowledge of algorithms in social media advertising: Identifying consumer groups based on awareness, appropriateness, and coping ability. *International Journal of Advertising*, 43(6), 960–986. <https://doi.org/10.1080/02650487.2023.2264045>
- Vrontis, D., Thrassou, A., & Melanthiou, Y. (2007). A contemporary higher education student-choice model for developed countries. *Journal of Business Research*, 60(9), 979–989. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.01.023>
- Vrontis, D., Viassone, M., & Thrassou, A. (2015). The role and potential of social networks sites in tertiary education. *Sinergie Italian Journal of Management*, 33(97), 55–81.
- Waslander, S. (2018, January 23). Commercialisering. *Didactief*. <https://didactiefonline.nl/blog/sietske-waslander/commercialisering>
- Waslander, S., & Glebbeek, A. (1996). *Maakt het uit 'wat' je leert?* Rijksuniversiteit Groningen, 71(4), 308–328.
- Wichgers, I. J. M., Korpershoek, H., Warrens, M. J., Dijks, M. A., & Bosker, R. J. (2024). Dutch secondary school counselors' and tutors' views on how students should make study profile choices. *Australian Journal of Career Development*, 33(1), 82–94. <https://doi.org/10.1177/10384162231220755>
- Winter, E. J., & Chapleo, C. (2017). An exploration of the effect of servicescape on student institution choice in UK universities. *Journal of Further and Higher Education*, 41(2). <https://doi.org/10.1080/0309877X.2015.1070400>

- Wong, L.-W., Tan, G. W.-H., Hew, J.-J., Ooi, K.-B., & Leong, L.-Y. (2022). Mobile social media marketing: A new marketing channel among digital natives in higher education? *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(1), 113–137. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1834486>
- Zimmermann, T. (2020). Social Influence or Rational Choice? Two Models and Their Contribution to Explaining Class Differentials in Student Educational Aspirations. *European Sociological Review*, 36(1), 65–81. <https://doi.org/10.1093/esr/jcz054>
- Zinck Stagno, M. C. (2010). *Potential of the social media as instruments of higher education marketing: Guidelines for a social media marketing strategy for the University of Twente* [Essay]. University of Twente.
- Zwier, D., Geven, S., Bol, T., & Van de Werfhorst, H. G. (2023). Let's Stick Together: Peer Effects in Secondary School Choice and Variations by Student Socio-Economic Background. *European Sociological Review*, 39(1), 67–84. <https://doi.org/10.1093/esr/jcac033>