

# **Advies over hoe communiceren met studenten, met specifieke aandacht voor kansengroepen**

**Vlaamse Onderwijsraad**

Kunstlaan 6 bus 6  
BE-1210 Brussel

T +32 2 219 42 99

F +32 2 219 81 18

[www.vlor.be](http://www.vlor.be)  
[info@vlor.be](mailto:info@vlor.be)

**Wijs beleid door overleg**

**Advies op eigen initiatief**

**Uitgebracht door de Raad Hoger Onderwijs op 13 oktober 2015 met  
eenparigheid van stemmen**

**Vorbereiding:** commissie Diversiteit Hoger Onderwijs, onder voorzitterschap  
van Rudy Van Renterghem

**Dossierbeheerders:** Isabelle De Ridder en Ann Daenens

<b>1</b>	<b>SITUERING</b> .....	<b>2</b>
1.1	DIVERSITEIT EN COMMUNICATIE .....	2
1.2	ACHTERGROND .....	2
<b>2</b>	<b>KNELPUNTEN EN AANBEVELINGEN</b> .....	<b>3</b>
2.1	HET IMAGO VAN DE INSTELLING .....	3
2.1.1	<i>Knelpunten</i> .....	3
2.1.2	<i>Aanbevelingen</i> .....	3
2.2	ALGEMENE INFORMATIE OVER DE INSTELLING EN HET INSTELLINGSAANBOD .....	4
2.2.1	<i>Over de vindbaarheid</i> .....	4
2.2.2	<i>Over de vormgeving</i> .....	5
2.2.3	<i>Over de inhoud</i> .....	5
2.3	DOELGROEPGEBONDEN INFORMATIE .....	6
2.3.1	<i>Vinden studenten met een functiebeperking de informatie die specifiek voor hen bestemd is?</i> .....	6
2.3.2	<i>Vinden nieuwkomers de specifieke informatie die voor hen bestemd is?</i> .....	6
2.4	INFORMATIE OVER DE NOODZAKELIJKE VOORKENNIS EN STUDIEVOORTGANGSMAATREGELEN.....	7
2.5	SID-INS EN INSCHRIJVINGSMOMENTEN .....	7
2.5.1	<i>Nood aan kennis van de doelgroep</i> .....	7
2.5.2	<i>Een warm welkom</i> .....	8
2.5.3	<i>Correcte en volledige informatie</i> .....	8
2.5.4	<i>Actief informeren</i> .....	8
2.5.5	<i>Niet afschrikkend</i> .....	8
2.6	AANDACHT VOOR SLEUTELFIGUREN .....	9
2.6.1	<i>Familie en omgeving</i> .....	9
2.6.2	<i>Secundair onderwijs</i> .....	9
2.6.3	<i>Intermediaren</i> .....	9
2.7	TOEGANKELIJKHEID .....	9
2.7.1	<i>Een persoonlijke aanpak</i> .....	9
2.7.2	<i>Gebruik van het Nederlands</i> .....	10
2.7.3	<i>Online informatie</i> .....	10
2.8	STIGMATISERING .....	10
<b>3</b>	<b>CONCLUSIE</b> .....	<b>11</b>

# 1 Situering

## 1.1 Diversiteit en communicatie

Diversiteit binnen hoger onderwijs is reeds lang een vast aandachtspunt voor de Vlor. In navolging van het leerplichtonderwijs ondertekenden de hogeronderwijspartners in mei 2005 een engagementsverklaring over diversiteit als meerwaarde in het hoger onderwijs. De Vlor engageerde zich daarop om de instellingen hoger onderwijs op regelmatige basis een ontmoetingsplatform te bieden om ervaringen uit te wisselen over hun diversiteitsbeleid. Dat resulteerde onder meer in een advies over de registratie van kansengroepen (april 2008 / april 2015) en in een workshopcyclus over diversiteit in het hoger onderwijs (december 2010 - januari 2011).

De Vlor is van mening dat de samenstelling van de studentenpopulatie in het Vlaamse hoger onderwijs idealiter een weerspiegeling moet zijn van de maatschappij. Het is een maatschappelijke noodzaak constructief om te kunnen gaan met de superdiversiteit van de moderne samenleving.<sup>1</sup> Bovendien is het noodzakelijk dat het hoger onderwijs, met het oog op de realisatie van de kennismaatschappij, meer hogeropgeleiden aflevert. De Vlor vindt daarom de instroom en doorstroom van kansengroepen in het hoger onderwijs een bijzonder belangrijk thema.

In het aantrekken van studenten, maar ook in de begeleiding van studenten bij de doorstroom, speelt communicatie een belangrijke rol. Maar spreekt de communicatie die instellingen vandaag hanteren ook wel studenten uit kansengroepen voldoende aan?

## 1.2 Achtergrond

De Vlor besloot na te gaan hoe de instellingen hoger onderwijs communiceren met studenten uit kansengroepen en of ze via de gebruikte communicatiestrategieën voldoende bereikt worden.

In januari 2013 organiseerde de Vlor een **bevraging** bij de instellingen hoger onderwijs over hun communicatie met kansengroepen. Daaruit bleek dat zij op dat vlak al heel wat initiatieven nemen, maar ook dat zij tegelijkertijd weinig zicht hebben op de effectiviteit ervan en dat ze niet altijd gebaseerd zijn op een doordachte communicatiestrategie. Voorbeelden van initiatieven die instellingen zelf aangeven: foto's van studenten uit kansengroepen integreren in hun instellingscommunicatie, specifieke informatiesessies voor ouders van studenten uit kansengroepen, specifieke informatiebrochures over mogelijke financiële hulp door studentenvoorzieningen, aparte informatiesessies voor studenten met een functiebeperking, aparte bijspijkerkursussen Nederlands, informatiebrochures in verschillende vreemde talen (bijvoorbeeld Arabisch).

Om een beter zicht te krijgen op de behoeften van de kansengroepen zelf, organiseerde de Vlor in het werkjaar 2013-2014 enkele **focusgesprekken** en interviews met studenten met een migratie-achtergrond, nieuwkomers, studenten in armoede en studenten met een

---

<sup>1</sup> Door superdiversiteit negatief of conflictueus te benaderen, worden de verschillen uitvergroot. Een actieve, constructieve interesse in elkaars uitgangspunten, kan bijdragen tot een betere samenleving. Geldof, D. 2013. *Superdiversiteit. Hoe migratie onze samenleving verandert*. Leuven: Acco.

functiebeperking.<sup>2</sup> Ook ouders en intermediaire organisaties werden betrokken. Deze deelnemers werden aangetrokken via de partners van de Vlor. Deelname gebeurde op vrijwillige basis.<sup>3</sup> Het was echter niet evident om studenten te overtuigen mee te werken aan dit project. De studenten die wel deelnamen, beantwoordden stuk voor stuk aan een bepaald profiel: het waren studenten die succesvol doorgestroomd zijn naar het hoger onderwijs of op het punt stonden om dit te doen. Bovendien kenmerkten ze zich door een sterk probleemoplossende houding en hadden ze op een succesvolle manier gebruik gemaakt van hun eigen sociaal kapitaal en netwerk. De conclusies uit bovengenoemde bevraging en focusgesprekken, werden besproken met diversiteitsdeskundigen binnen de commissie Diversiteit Hoger Onderwijs en met een externe communicatiedeskundige.<sup>4</sup> Op basis daarvan omschrijft de Vlor een aantal knelpunten en formuleert hij onderstaande aanbevelingen. Hij focust hierbij op die conclusies die in de verschillende gesprekken herhaaldelijk naar voren geschoven werden. Hoewel de instellingen in de tussentijd diverse initiatieven hebben genomen om deze specifieke communicatie te verbeteren, blijven de conclusies een goede uitvalbasis om de discussie rond communiceren met kansengroepen in de instellingen te (her)openen.

## **2 Knelpunten en aanbevelingen**

### **2.1 Het imago van de instelling**

#### **2.1.1 Knelpunten**

De Vlor stelt vast dat de studenten uit de focusgroepen erg gevoelig zijn aan het instellingsimago. Het beeld dat deze studenten van de instelling hebben, bepaalt mee de keuze voor het hoger onderwijs. De studenten leiden de identiteit van een instelling af uit de wervingscommunicatie, de website, de sfeer bij opendeurdagen, de gesprekken met docenten op SID-ins, maar ook uit gesprekken met medewerkers van studentenvoorzieningen, met studentenbegeleiders, peers, broers en zussen etc.

De identiteit van een instelling speelt in de beeldvorming van studenten een belangrijke rol. Studenten kunnen een instelling percipiëren als 'elitair', 'open', 'makkelijk', 'moeilijk', 'gesloten', 'multicultureel' etc. De studenten uit de focusgroepen gaven aan dat zij bewust niet kiezen voor een instelling waarvan zij het imago als 'elitair', 'gesloten' of 'moeilijk' beschouwen. Van instellingen die zij als 'open' beschouwen, hebben zij het beeld dat iedereen er dezelfde kansen krijgt. Een 'open' instellingscultuur associëren zij met omschrijvingen als 'warm', 'multicultureel', 'niet bekeken worden om het anders zijn', 'welkom zijn'. Zij ervaren deze instellingen als 'toegankelijk'. Het gebruik van woorden als 'topinstelling' of 'excellentie' in de wervingscommunicatie schrikt hen af. Zij beschouwen dit als 'niet voor hen'.

#### **2.1.2 Aanbevelingen**

##### **2.1.2.1 Monitoren van het imago**

Het imago van een bedrijf of organisatie wordt bepaald door veel verschillende factoren. Vaak gaat het om gevoelsmatige elementen waar men niet altijd vat op heeft. Men is zich ook niet

---

<sup>2</sup> Voor een volledig overzicht van alle kansengroepen die de Vlor onderscheidt, zie Vlaamse Onderwijsraad. Raad Hoger Onderwijs. [Advies over de registratie van kansengroepen in het hoger onderwijs \(actualisatie\)](#). 21 april 2015.

<sup>3</sup> Voor een overzicht van de gevoerde gesprekken en de besproken thema's, zie bijlage 1.

<sup>4</sup> J. Koeman – Centrum voor Mediastudies KU Leuven

altijd bewust van het feit dat het imago dat men wenst uit te stralen niet altijd ook effectief zo gepercipieerd wordt. Dit geldt ook voor instellingen hoger onderwijs. Inzicht in de manier waarop het imago van een instelling bij potentiële studenten (uit kansengroepen) ervaren wordt, lijkt daarom een goed startpunt als men wil bijsturen.

#### **2.1.2.2 Communicatie mag geen lege doos zijn<sup>5</sup>**

Het creëren van een bepaalde instellingscultuur (bijvoorbeeld een ‘open’ instellingscultuur) of een diversiteitsvriendelijk klimaat, heeft een draagvlak nodig binnen de instelling, op alle niveaus. Een sterke publieke binding met diversiteit helpt hierbij, bijvoorbeeld een focus op diversiteit in de missieverklaring maar ook in de verklaringen van het bestuur en de beleidsmakers van de instelling. Diversiteit binnen de instelling moet zichtbaar zijn en moet op een actieve manier tot uiting komen binnen de instelling. Het is onvoldoende dat een instelling zegt dat ze diversiteitsvriendelijk is, ze moet het ook zijn. Anders zal de instellingscommunicatie weinig effectief zijn. Om succesvol te zijn, mag communicatie geen lege doos zijn. Communicatie die erop gericht is de zaken mooier voor te stellen dan ze zijn, keert zich uiteindelijk tegen de organisatie. Instellingscommunicatie heeft een ondersteunende rol: dat wat in de instelling gebeurt aan de buitenwereld tonen.

#### **2.1.2.3 Diversiteitsvriendelijk is niet tegengesteld aan excellent**

De uitdaging bestaat erin om aan studenten uit kansengroepen te tonen dat de instelling openstaat voor alle studenten. Dat hoger onderwijs ook iets voor hen kan zijn. Studenten verwarren elitair hoger onderwijs te vaak met excellent hoger onderwijs. Studenten uit kansengroepen hebben vaak minder zelfvertrouwen en denken dat excellent hoger onderwijs niets voor hen is (bijvoorbeeld door hun ervaringen in het secundair onderwijs of door een specifieke gezinssituatie). Het is aan de instelling hoger onderwijs om hen ervan via een adequate communicatiestrategie te overtuigen dat zij wel effectief een plaats hebben binnen haar hoger onderwijs van topniveau en dat de instelling ook meer uit hen kan halen.

## **2.2 Algemene informatie over de instelling en het instellingsaanbod**

### **2.2.1 Over de vindbaarheid**

#### **2.2.1.1 Vinden studenten de algemene informatie?**

De bevraagde studenten blijken over het algemeen tevreden over de algemene communicatie(kanalen) van de instellingen hoger onderwijs. De informatie spreekt hen voldoende aan en zij hebben het idee dat ze doorgaans hun weg naar de juiste informatie vinden. Communicatie die overzichtelijk is, bondig geformuleerd, vraaggericht en creatief is, spreekt hen het meeste aan. De ene instelling doet het op dat vlak al beter dan de andere.

#### **2.2.1.2 Vinden ouders de algemene informatie?**

Moeten instellingen hoger onderwijs informatie voor ouders verstrekken en hen betrekken bij inschrijving en opvolging van de student? Wat opviel in de gesprekken, is dat ouders van studenten uit kansengroepen vaak erg betrokken zijn bij de begeleiding van hun zoon of dochter. Ouders van studenten met een functiebeperking hebben vaak in de schoolcarrière van hun kind een actieve rol gespeeld in de begeleiding. Ze zijn vaak goed op de hoogte van procedures en

---

<sup>5</sup> Zie ook: Ferrier, F., Heagney, M. & M.F. Lee (2010) *Increasing and sustaining student diversity in higher education. Ideas, Information and Resources*. London: European Access Network. Hierin wordt de nadruk gelegd op: ‘a strong public commitment to diversity, visible diversity’ en ‘active diversity’ om een diversiteitsvriendelijke instelling hoger onderwijs te creëren. Dit moet gesteund worden door een waarachtige communicatie

mogelijkheden. Ouders van studenten met een migratie-achtergrond spelen vaak een belangrijke stimulerende rol bij de keuze voor hoger onderwijs. Hetzelfde geldt voor studenten in een armoedecontext. Zij hebben bovendien ook erg veel vragen over het financiële aspect van studeren. Ouders van studenten uit kansengroepen rapporteren dat ze vaak gefrustreerd achterblijven omdat ze minder betrokken worden, de informatie die ze krijgen niet begrijpen of niet vinden of onvriendelijk behandeld worden in de instellingen. Het is dus voor instellingen hoger onderwijs wel nodig om na te denken over een beleid van ouderbetrokkenheid. Hierin is het een uitdaging om een evenwicht te vinden tussen het betrekken van ouders en het respecteren van de zelfstandigheid van de meerderjarige student.

Ouders van studenten uit kansengroepen met een anderstalige achtergrond en/of zonder hogere scholing hebben het moeilijk met informatiebrochures en websites van instellingen. Ze steunen veelal op intermediaire organisaties om hen hierbij te begeleiden. De taal –Nederlands, maar ook ‘academisch’ taalgebruik– is vaak een struikelblok, maar ook onvoldoende voorkennis over het hoger onderwijs speelt een rol. De aangeboden teksten zijn vaak te lang en te gespecialiseerd. De links in online teksten zijn soms onduidelijk. Men kan niet bedenken wat erachter verscholen zit. Kortere teksten met een eenduidig thema worden sterk geapprecieerd. Het vermelden van de juiste contactpersoon met de juiste contactgegevens helpt deze ouders sneller vooruit dan het aanbieden van lange teksten.

## **2.2.2 Over de vormgeving**

### **2.2.2.1 Diversiteit in vormgeving?**

Het weergeven van multiculturaliteit wordt positief ervaren. De bevroagde studenten appreciëren daarin het gebruik van foto's, maar vinden wel dat ze een meerwaarde moeten hebben. Ze moeten immers de reële sfeer van een instelling weergeven en ‘waarachtig’ zijn. Zo wordt het tonen van hoofddoeken op een foto van een instelling waar in realiteit slechts weinig meisjes met een hoofddoek studeren, als sterk negatief ervaren. Prominent studenten uit kansengroepen in beeld brengen, wordt ook al snel als stigmatiserend ervaren.

### **2.2.2.2 Creativiteit in de vormgeving?**

Communicatie die overzichtelijk is, bondig geformuleerd, vraaggericht en creatief is, spreekt de bevroagde studenten het meeste aan. Creatieve communicatie associëren zij met mooie, goedgekozen foto's, slim gebruik van de beschikbare oppervlakte en een doordacht gebruik van links in online communicatie. Creatieve communicatie wordt ook geassocieerd met een goed evenwicht tussen het serieuze van hoger onderwijs en het luchtige van de vormgeving. Creatieve communicatie betekent niet de facto een schreeuwerig kleurgebruik. Een duidelijk afgelijnd en herhaald kleurenpalet vinden zij aantrekkelijk. Lange, doorlopende teksten zonder foto's of links vinden zij verwerpelijk.

## **2.2.3 Over de inhoud**

Instellingscommunicatie moet waarachtig zijn. De studenten uit de focusgroepen geven aan dat beloftes uit brochures en websites niet altijd waargemaakt worden of toch verkeerde verwachtingen scheppen.<sup>6</sup> Sommige instellingen profileren zich bijvoorbeeld als instellingen die

---

<sup>6</sup> De Vlaamse Vereniging voor Studenten evalueerde de informatiebrochures van Vlaamse instellingen hoger onderwijs en besloot dat het aanbieden van correcte, niet-wervende informatie, gebaseerd op objectieve, verifieerbare gegevens, essentieel is. Niet alle informatiebrochures beantwoorden vandaag aan deze criteria. Zie ook [http://www.vvs.ac/sites/default/files/Onderzoek%20studievoorlichting%20VVS\\_0.pdf](http://www.vvs.ac/sites/default/files/Onderzoek%20studievoorlichting%20VVS_0.pdf)

kansengroepen ondersteunen en uitgebreide begeleiding voor hen voorzien. Van deze instellingen verwachten studenten uit kansengroepen dat ze door de instelling uitgenodigd worden voor een persoonlijk gesprek. Een ad valvas oproep volstaat in deze niet.

## **2.3 Doelgroepgebonden informatie**

### **2.3.1 Vinden studenten met een functiebeperking de informatie die specifiek voor hen bestemd is?**

Specifieke informatie voor kansengroepen, bijvoorbeeld over faciliteiten voor studenten met een functiebeperking, is vaak 'begraven' onder andere informatie. Studenten weten ook niet altijd tot wie ze zich moeten richten of waar ze de juiste informatie kunnen vinden. Vaak is er onduidelijkheid over de procedures die de studenten best volgen.

Studenten geven aan dat deze specifieke informatie beter bij inschrijving aan alle studenten wordt meegegeven. Een aparte infosessie voor deze specifieke doelgroep werkt immers stigmatiserend. Als aan studenten met een functiebeperking bij de algemene informatiesessie voor alle studenten gevraagd wordt om te blijven zitten voor een aparte sessie, dan is dit niet discreet en voelen zij zich onveilig.

Een duidelijk informatiepakket met ook de voordelen van het zich registreren als student met een functiebeperking zou welkom zijn, melden de studenten uit de focusgroep. Het is ook belangrijk dat wordt aangegeven wat er precies met deze informatie zal gebeuren. Studenten moeten weten dat hun informatie beschermd wordt. Zij suggereren zelf dat een online platform (met een voorbeeldlijst van faciliteiten –die dan nog op maat van de noden van de student kan uitgebreid worden–, een overzicht van procedures en duidelijke –discreet te contacteren– contactpersonen) hiervoor een oplossing kan zijn.

### **2.3.2 Vinden nieuwkomers de specifieke informatie die voor hen bestemd is?**

#### **2.3.2.1 Nood aan algemene informatie over het Vlaamse hoger onderwijs**

Studenten-nieuwkomers zijn vaak niet goed geïnformeerd over de inhoud van de opleidingen en de nodige voorkennis. Ze zijn soms ook heel eenzijdig geïnformeerd, bijvoorbeeld over het aanbod van een specifieke instelling. Ze kennen vaak het verschil ook niet tussen een professionele en academische opleiding en zelfs niet tussen een hogeschool en universiteit. Ze kiezen misschien te snel voor de universiteit omwille van de grotere herkenbaarheid ervan. In deze informatieverstrekking kunnen de overheid maar ook intermediaire organisaties een rol spelen. Het is aan de overheid om voor deze organisaties blijvend middelen vrij te maken.

#### **2.3.2.2 Nood aan transparante en overzichtelijke informatie op de website**

De informatie die op een website gegeven wordt is vaak afgestemd op studenten die zich nog in het land van herkomst bevinden en niet altijd van toepassing op nieuwkomers. Men stelt ook vast dat de Nederlandse tekst en Engelse vertaling vaak andere informatie bevatten. De informatie op websites is meestal toegespitst op internationale studenten, studenten met een migratie-achtergrond of autochtonen met een buitenlands diploma.

Studenten-nieuwkomers gaan via de websites op zoek naar de juiste en correcte informatie over toelatingsvoorwaarden en procedures. Het is dus nodig dat instellingen dit kanaal goed gebruiken, hier transparante en overzichtelijke informatie weergeven. Een overzicht van alle toelatingsvoorwaarden per type diploma en per nationaliteit, zoals sommige instellingen dit doen, is een welkom hulpmiddel.



Correcte en transparante informatie op maat van nieuwkomers door een contactpersoon die degelijk op de hoogte is van de problematiek is aangewezen.

### **2.3.2.3 Nood aan eenvoudige procedures professionele medewerkers in de instellingen**

Toelatingsvoorwaarden voor nieuwkomers en te volgen procedures zijn vaak per instelling (of minstens per associatie) verschillend. Vele van deze procedures zijn ingewikkeld en niet evident. Nieuwkomers doen hiervoor vaak een beroep op intermediaire organisaties om hen hierbij te helpen. Maar ook de medewerkers van deze organisaties geven aan dat het vaak erg moeilijk is om de juiste, specifieke informatie te pakken te krijgen. Zij geven aan dat medewerkers van de instellingen niet altijd op de hoogte zijn van de te volgen procedures en de voorwaarden, ook al worden zij op de website als contactpersoon vermeld. De Vlor beveelt aan dat instellingen zouden nadenken over deze inschrijvingsprocedures en zouden nagaan of ze niet veel eenvoudiger gemaakt kunnen worden. Studenten moeten de juiste contactpersonen binnen de instelling op een snelle en ook eenvoudige manier kunnen bereiken.

Er zijn soms stoornissen in de communicatie tussen de contactpersonen en de kandidaat-studenten-nieuwkomers. Vaak ligt taalkennis van student en medewerker hier aan de basis. Op SID-in's zijn medewerkers bijvoorbeeld niet altijd voorbereid op informatie voor studenten met een niet-Belgisch diploma secundair onderwijs. De informatie die op opendeurdagen gegeven wordt, is ook niet altijd dezelfde als die op de website staat. Belangrijk is dat personeelsleden nieuwkomers correct informeren en zonder omwegen doorverwijzen naar een goed geïnformeerde studiebegeleider die op de hoogte is van toelatingsprocedures en kan ondersteunen in het maken van een realistische studiekeuze. Het duidelijk aangeven van de naam en gegevens van deze contactpersoon is ook belangrijk. Professionalisering van medewerkers in deze specifieke materie is nodig.

## **2.4 Informatie over de noodzakelijke voorkennis en studievoortgangsmatregelen**

Studenten uit kansengroepen die het hoger onderwijs instromen, zijn zich vaak niet bewust van het feit dat hun voorkennis niet altijd aansluit bij de opleiding die zij gekozen hebben. Ze gaan te laat op zoek naar informatie over het aanbod van de instelling hoger onderwijs. Ze krijgen soms wel gerichte informatie hierover, maar denken al te vaak dat dit niet voor hen bestemd is. Een intakegesprek bij inschrijving, kan de noden van deze studenten blootleggen. Door een persoonlijke aansporing zullen zij eerder geneigd zijn om deze aanvullende cursussen erbij te nemen. Sensibilisering via peers werkt ook beter dan een onpersoonlijke e-mail.

De bevroegde studenten geven aan dat zij bij de aanvang van hun studies niet altijd goed op de hoogte waren van de studievoortgangsmatregelen van de instelling, en hoe het leerkrediet precies werkt. Het is daarom belangrijk dat studenten hierover voldoende geïnformeerd worden door de instelling hoger onderwijs.

## **2.5 SID-ins en inschrijvingsmomenten**

### **2.5.1 Nood aan kennis van de doelgroep**

Studenten uit kansengroepen voelen aan of medewerkers van de instelling kennis hebben van hun specifieke context of niet. Dat vraagt enige kennis, vaardigheid en vorming in het omgaan met kansengroepen voor het personeel dat instaat voor SID-ins en inschrijvingsmomenten.

Inzicht in de kansengroepen en hun specificiteit, is hierbij noodzakelijk. Studenten uit kansengroepen en hun ouders moeten voor het bijwonen van een SID-in soms al een drempel overschrijden. Het is belangrijk dat zij niet onmiddellijk ontmoedigd worden, zonder dat hen een irrealistisch toekomstperspectief wordt voorgeschoteld. Het vinden van dit evenwicht is een uitdaging. Vandaar dat instellingen best nadenken over welke personeelsleden voor SID-ins worden ingeschakeld en welke professionalisering aan deze medewerkers wordt aangeboden. Medewerkers die zorgen voor de inschrijvingen zijn vaak het eerste contact met de instelling. Zij bepalen de eerste indruk die de kandidaat-student van de instelling krijgt. Deze eerste indruk kan sterk bepalend zijn voor de start van een eventueel studietraject.

Het is ook belangrijk dat medewerkers de correcte informatie verschaffen. Als zij van bepaalde procedures, vakinhouden, voorkennis of toelatingsvoorwaarden niet op de hoogte zijn, kunnen zij beter geen informatie verstrekken en doorverwijzen naar de juiste contactpersoon, die wel op de hoogte is.

### **2.5.2 Een warm welkom**

Studenten uit kansengroepen willen zich welkom voelen in een instelling. Wanneer zij informatie vragen, willen zij verder geholpen worden en niet met een kluitje in het riet gestuurd worden. Zij voelen zich al te vaak 'bekeken' en onzeker. Zij verwachten op zo'n moment gerustgesteld te worden door de medewerkers. Opmerkingen over het taalgebruik van de kandidaat-student of vooroordelen op basis van uiterlijke kenmerken kunnen ervoor zorgen dat kandidaat-studenten afgeschrikt worden.

### **2.5.3 Correcte en volledige informatie**

Voor de studenten uit kansengroepen is correcte en volledige informatie niet enkel de informatie over de opleidingen, maar zeker ook de informatie over specifieke studiekosten, voorzieningen, financiële tegemoetkomingen, begeleiding, bijspijker cursussen.

### **2.5.4 Actief informeren**

Studenten uit kansengroepen verwachten ook dat instellingen verder gaan dan het louter ter beschikking stellen van informatie. Voor deze studenten is het ook belangrijk dat zij een zicht hebben op het gebruik ervan: wie kan ik contacteren, waarvoor, waar, ...? In vele gevallen is ook nood aan persoonlijke begeleiding bij het raadplegen van informatie.

### **2.5.5 Niet afschrikkend**

Te theoretische informatie komt weinig toegankelijk over en kan de (verkeerde) indruk wekken dat een bepaalde opleiding niet is weggelegd voor de student. Het prominent uitstellen van lijvige cursussen kan ontmoedigend werken voor bepaalde studenten, terwijl dit niet de essentie is van een opleiding. Onzekere studenten worden best doorverwezen naar het clb, de vakleerkracht, meeloopweken etc. voor meer diepgaandere informatie.

Het is ook belangrijk goed te communiceren over de beschikbaarheid en doelstelling van oriënterende tests die online worden aangeboden (klaarvoorhogeronderwijs, Simon, Luci). Deze tests kunnen studenten helpen bij het maken van een adequate studiekeuze. Voor studenten uit kansengroepen is het echter des te belangrijker dat de resultaten van deze tests goed gekaderd worden door een begeleider. De feedback schrikt hen immers ofwel makkelijk af ofwel leggen zij hem te makkelijk naast zich neer. Het aanbieden van duiding en context moet hierbij helpen.

## **2.6 Aandacht voor sleutelfiguren**

Zowel bij de instroom als doorstroom spelen brugfiguren een invloedrijke rol voor studenten uit kansengroepen. Zij spelen een rol in het bereiken van studenten uit kansengroepen, maar ook in hun studiekeuzeprocessen. Het is dan ook belangrijk dat informatie en communicatie niet alleen toegankelijk en aangepast is aan de student zelf, maar ook afgestemd is op deze sleutelpersonen.

### **2.6.1 Familie en omgeving**

Oudere broers en zussen of andere familie-/gemeenschapsleden die verder studeerden, hebben een belangrijke invloed. Zij kunnen wegwijs maken, maar gelden vooral als stimulerend voorbeeldfiguur. Ook vrienden en peers spelen een belangrijke rol. De keuzes die zij maken, beïnvloeden de keuze van de student.

Ouders hechten vaak veel belang aan verder studeren omwille van de emancipatorische functie van onderwijs en willen daarom ook betrokken zijn. Daarbij stoten zij echter dikwijls op het feit dat hoger onderwijs voor hen een onbekende is. Het (aangepast) informeren van ouders kan bij deze doelgroep een belangrijke factor zijn. Zowel over wat van hun zoon of dochter in het hoger onderwijs verwacht wordt als over studievoortgangsmechanismen. Folders zijn hiervoor ontoereikend. Succesvol zijn hier ook de persoonlijke contacten of het werken via vertrouwenspersonen. Ook ervaringsuitwisseling met andere ouders (ook uit niet-kansengroepen) kan hierin geruststellend zijn. Daarom is het belangrijk dat zij zicht hebben op sociale voorzieningen ('wat kost het?') en dat zij ook met vragen hier terecht kunnen. Ouders van studenten uit kansengroepen voelen zich vaak buitengesloten, terwijl de studies van hun kinderen wel financiële consequenties heeft voor hen. In een aantal studentenvoorzieningen zijn ouders ook welkom voor financiële en fiscale informatie.

### **2.6.2 Secundair onderwijs**

Het secundair onderwijs en zijn leerkrachten en CLB-medewerkers spelen ook een rol in het studiekeuzeprocessen. De impliciete en expliciete informatie die zij meegeven is cruciaal voor de kandidaat-student. De tradities van al dan niet verder studeren blijkt zeer sterk te zijn gebonden aan scholen en blijkt minder evident in de zogenaamde concentratiescholen. Ook hier is een stimulerende leeromgeving die focust op talenten (niet op tekorten) van leerlingen belangrijk. Ook de rol van vertrouwensfiguren die stimuleren, is niet te onderschatten.

### **2.6.3 Intermediären**

Intermediären spelen eveneens een rol in informatieverstrekking. Het is daarom belangrijk voor hen de nodige correcte en transparante informatie te voorzien: zelforganisaties, studentenverenigingen, GON-begeleiders.

## **2.7 Toegankelijkheid**

### **2.7.1 Een persoonlijke aanpak**

Studenten uit kansengroepen weten graag bij wie ze terecht kunnen. Het is belangrijk dat op alle informatie een contactpersoon vermeld staat. Deze contactpersoon moet uiteraard voldoende opgeleid zijn om met kansengroepen om te gaan. Hij of zij moet kennis hebben van de

kansengroep. Het is belangrijk dat de instelling ervoor zorgt dat medewerkers en docenten voldoende geprofessionaliseerd worden in deze materie. Zo moeten zij voldoende kennis hebben van de meest voorkomende functiebeperkingen bij de studenten van de instellingen, of kennis van wat het betekent om minvermogend te zijn, ...

Een intakegesprek met studenten uit kansengroepen kan studenten ook een beter inzicht doen verwerven in de opleiding die zij gekozen hebben. Zo kunnen studenten uit kansengroepen ook al aan het begin van de opleiding geattendeerd worden op verwachtingen die bijvoorbeeld aan de stage of het werkplekleren gekoppeld zijn (die later in de opleiding aan bod komt). De instelling moet dit intakegesprek dan wel duidelijk, op tijd en correct communiceren aan de studenten. Studenten moeten vooraf weten wat precies de doelstelling is van het gesprek en waarom het belangrijk is dat zij aanwezig zijn op het gesprek. Een dergelijk gesprek kan interessant zijn voor alle studenten. Het verplicht maken, vraagt veel tijd en inspanningen van de instelling, maar vermijdt dat studenten denken dat het niet voor hen bestemd is.

Grote instellingen kunnen studenten uit kansengroepen monitoren van bij de registratie en hen selectief uitnodigen voor een intakegesprek op basis van de vooropleiding of de kennis van het Nederlands.

### **2.7.2 Gebruik van het Nederlands**

Studenten uit kansengroepen en hun ouders hebben vaak een probleem met academisch Nederlands. Studenten met een vreemde moedertaal geven echter ook aan dat het dialectgebruik van sommige docenten voor hen erg moeilijk te volgen is. Voor concrete afspraken vragen zij dat docenten het online platform consequent en eenduidig zouden gebruiken. Op die manier kunnen zij hierop terugvallen en zijn ze niet zo afhankelijk van mondelinge afspraken die tijdens de les soms te weinig expliciet gezegd worden.

### **2.7.3 Online informatie**

Online informatie kan de toegankelijkheid verhogen, maar kan tegelijk ook een drempel vormen. Vooral het downloaden van bijvoorbeeld brochures vraagt extra internetverbruik en dat is voor minvermogende studenten niet altijd even evident.

Het AnySurferlabel<sup>7</sup> van websites werkt drempelverlagend, in het bijzonder maar niet uitsluitend, voor studenten met een met een visuele beperking.

## **2.8 Stigmatisering**

Rekening houden met kansengroepen in de communicatie, betekent niet automatisch dat dit zichtbaar moet zijn. Uit de focusgesprekken met de verschillende doelgroepen blijkt dat deze studenten niet zichtbaar willen worden behandeld als een aparte doelgroep. Zo worden zichtbaar aparte infosessies over studentenvoorzieningen of faciliteiten in vele gevallen ervaren als stigmatiserend. Het groeperen van studenten uit kansengroepen in een aula wordt ook als erg stigmatiserend ervaren. Aangesproken worden als 'student' blijkt zeer belangrijk voor studenten uit kansengroepen.

---

<sup>7</sup> AnySurfer is een Belgisch kwaliteitslabel voor toegankelijke websites. Websites met het label zijn voor iedereen bruikbaar - ook voor slechtzienden, blinden, kleurenblinden, ouderen, en voor wie een auditieve of motorische handicap heeft.

### **3 Conclusie**

De meeste instellingen hoger onderwijs engageren zich in hun beleidsplannen om een diversiteitsvriendelijk klimaat te creëren. Het is dan ook logisch dat zich dit reflecteert in de instellingscommunicatie.

Heel wat instellingen nemen verschillende initiatieven om de communicatie met kansengroepen te verbeteren. Deze initiatieven hebben evenwel niet altijd het verhoopte resultaat. Kandidaat-studenten en studenten uit kansengroepen voelen zich niet altijd aangesproken door de communicatie van de instelling, zelfs als deze specifiek voor hen ontworpen is. De gesprekken met studenten uit kansengroepen leerden dat zij niet apart behandeld wensen te worden in de communicatie die instellingen met hun studenten voeren. Zij willen echter wel goed en correct geïnformeerd worden over de inhoud van de opleidingen, de mogelijke faciliteiten en willen persoonlijk uitgenodigd worden voor extra begeleiding als dat nodig blijkt. Waarachtige communicatie vinden zij prioritair. Dat wat een instelling zegt dat ze doet, moet ze ook effectief doen.

Studenten uit kansengroepen willen vooral met het nodige respect behandeld worden. Ook in de communicatie. Zij vragen persoonlijk contact en contactpersonen die goed op de hoogte zijn van hun problematiek. De Vlor betreurt dat door de huidige financiële context van de Vlaamse instellingen hoger onderwijs (de globale onderfinanciering van het hoger onderwijs, de besparingen, het schrappen van het Aanmoedigingsfonds...) het investeren in persoonlijk contact, sociale voorzieningen en begeleidingstrajecten onder druk komt te staan.

Het is een hele evenwichtsoefening om het midden te vinden tussen persoonlijk contact en het niet betuttelen van studenten, tussen niet stigmatiseren en studenten uit kansengroepen persoonlijk aanspreken. Een goede afstemming tussen de dienst communicatie en de andere diensten is hierin een belangrijk element.

De Vlor raadt de instellingen hoger onderwijs aan om zelf na te gaan bij de doelgroepstudenten wat hun verwachtingen zijn ten aanzien van communicatie. Op die manier kunnen heel wat misverstanden, vooroordelen en misopvattingen uit de weg geruimd worden.

Isabelle De Ridder  
secretaris Raad Hoger Onderwijs

Kristiaan Versluys  
voorzitter Raad Hoger Onderwijs

## Bijlage 1: Overzicht van de focusgesprekken en de vragen/thema's

### **1 Bevraagde focusgroepen**

#### **1.1 Groepsgesprekken**

- Intermediaire organisaties studenten met een migratie-achtergrond op 13/9/2013 in Brussel
- Mensen in armoede (studenten, ouders en intermediaire organisaties) op 5/11/2013 in Gent
- Studenten met een functiebeperking op 27/11/2013 in Gent
- Studenten met een migratieachtergrond op 27/11/13 in Gent
- focusgroep met leerlingen uit het 5<sup>e</sup> en 6<sup>e</sup> jaar secundair onderwijs (aso en tso) op 23/5/2014 in Antwerpen

#### **1.2 Schriftelijke bevraging**

- van intermediairen van nieuwkomers (begin 2014) (verschillende regio's)

#### **1.3 Individuele gesprekken (interviews)**

- met een nieuwkomer op 27/11/2013 in Gent
- met een student met een migratieachtergrond/nieuwkomer op 13/12/2013 in Antwerpen
- met intermediaire organisaties voor nieuwkomers op 4/11/2013 in Antwerpen

### **2 Vragen focusgroepen**

Onderstaande vragen waren het startpunt van de focusgroep. Ze kwamen onder verschillende werkvormen aan bod in de focusgroepen/interviews.

#### **2.1 Instroom**

- Wat houdt een student bezig bij de keuze voor het hoger onderwijs?
- Kent men communicatie van universiteiten en hogescholen?
- Wat vindt men van deze communicatie?
- Vindt men de dingen die studenten bezighoudt bij dat keuzemoment, terug in
- Hoe evalueert men de informatie van de universiteiten en hogescholen (brochures, website...)?
- Hoe evalueert men de SID-ins?
- Stroomt de informatie door naar de ouders?
- Waarom kiezen studenten niet voor het hoger onderwijs? En wat is de link met communicatie?

## **2.2 Doorstroom**

- Wat verwachten studenten van de instelling in communicatie? (Thema's: combinatie gezin/job/studeren, kostenbeperking, internationalisering, remediëring bijvoorbeeld voor academisch Nederlands)
- Hoe communiceren instellingen over doorstroom (reglement, mogelijkheden, remediëring...)?
- Zijn studenten goed geïnformeerd over schakeljaren?

## **2.3 Algemene vragen**

- Hoe word je graag aangesproken door jouw universiteit/hogeschool?
- Geeft jouw hogeschool/universiteit je genoeg en correcte informatie?
- Voel je je aangesproken door deze informatie (inhoud / vorm)?
- Werkt communicatie soms stigmatiserend of betuttelend? Graag voorbeelden.

## **2.4 Achtergrondinformatie**

- Spelen kosten/sociale dienst /kinderopvang (?) een rol in de keuze van de instelling hoger onderwijs?
- Wat is de rol van verenigingen?