



# Culturele ontwikkeling in het mbo op de kaart

## Evaluatie MBO Card

Onderzoek in opdracht van het Ministerie van OCW

12 november 2019

Bastiaan Vinkenburg / Lonneke Broeks / Iris Pielage

**Berenschot**

## Managementsamenvatting: aanleiding, aanpak en conclusies

Berenschot heeft in het najaar van 2019 de MBO Card geëvalueerd. De MBO Card is een kortingskaart voor mbo-studenten. Zij kunnen daarmee met korting culturele activiteiten bezoeken. Dat kan in de vrije tijd zijn, maar ook voor activiteiten die vanuit school worden georganiseerd. Ook in winkels kunnen zij met de kaart korting krijgen.

Het CJP heeft in, in navolging van het succes van de Cultuurkaart, de MBO Card geïnitieerd en heeft de uitvoering ter hand genomen. Het Ministerie van OCW geeft voor een periode van 5 jaar subsidie voor de uitvoering. Nu de subsidieperiode bijna is afgelopen, wenst het ministerie de MBO Card te evalueren en waarborgen voor de toekomst van de kaart te verkennen. Het ministerie heeft ons drie vragen meegegeven:

1. Heeft de MBO Card bijgedragen aan de culturele ontwikkeling van de mbo student? Zo ja, op welke manier? Zo nee, waarom niet?
2. Heeft de MBO Card de doelstellingen uit de subsidieverlening behaald? Zo niet, waarom niet?
3. Hoe kan na afloop van de subsidieperiode (na mogelijke verlenging met 1 jaar) het voortbestaan van de MBO Card eventueel gewaarborgd worden?

Berenschot heeft de evaluatie aangepakt als een verkenning naar de huidige toegevoegde waarde van de kaart en succesfactoren voor de MBO Card in de toekomst, als stimulans voor cultuureducatie in het mbo. Ten behoeve van dit onderzoek hebben wij een aantal gesprekken met kenners, beleidsmakers en financiers uit het onderwijs- en cultuurveld gevoerd. Bovendien hebben we enquêtes uitgezet onder een mbo-studenten (respons bijna 1.000) en mbo-docenten (respons 170). Dit rapport bevat onze bevindingen en conclusies over drie onderwerpen:

### Bereik – gebruik van de MBO Card

De MBO Card wordt al sinds de start in 2016 verspreid onder vrijwel alle mbo-scholen en het aantal aangemelde studenten is dan ook zeer hoog. Het aantal activiteiten is echter minder hoog en is afgenomen. De doelstelling van groei van activiteiten wordt niet waargemaakt. Dit heeft diverse oorzaken, zoals dat activatie niet per se nodig is voor gebruik bij instellingen, de invoering van de AVG waardoor adressen niet meer bekend zijn bij het CJP maar mogelijk ook de niet al te hoog beleefde toegevoegde waarde. Studenten die de MBO Card gebruiken als kortingskaart in de vrije tijd gaan daar vooral mee naar de bioscoop, maar ook naar festivals, concerten, theatervoorstellingen en musea. Studenten geven aan deze activiteiten ook te bezoeken zonder MBO Card, vooral als op een andere manier korting wordt gekregen, maar dankzij de MBO Card gaan zij wel vaker. Het bezoek met school aan deze activiteiten ligt veel lager. De MBO Card blijkt dus bovenal een kortingskaart in de vrije tijd te zijn.

### Belang – bijdrage aan culturele ontwikkeling

Het Ministerie van OCW wilde vooral laten onderzoeken of de MBO Card daadwerkelijk bijdraagt aan de culturele ontwikkeling van mbo-studenten. Culturele ontwikkeling blijkt lastig te duiden en te meten. Voor zover culturele ontwikkeling bestaat uit het in aanraking komen met en geraakt worden door kunst & cultuur, dan kunnen wij vaststellen dat de MBO Card daaraan bijdraagt. De enquête onder mbo-studenten heeft inzicht gegeven in wat respondenten is bijgebleven van bezoeken aan culturele activiteiten. Nagenoeg de helft van de studenten heeft een inhoudelijke herinnering daaraan, de andere helft heeft zich vooral vermaakt, doordat onder meer de film of het gezelschap leuk was. Het gevoel dat respondenten aan het bezoek hebben overgehouden was in het algemeen positief en vaak ook waren studenten verrast en geïnspireerd. Een groot deel heeft zin om vaker te gaan en een klein deel doet er wat mee in studie of privé. 5% van de respondenten geeft aan dat het bezoek aan de culturele activiteit de blik op een onderwerp heeft verbreed. Docenten vinden volgens onze enquête maar ook in gesprekken culturele ontwikkeling zeer belangrijk. Mbo-docenten zien een duidelijke meerwaarde doordat hun studenten dankzij de MBO Card in aanraking komen met verschillende kunstvormen en ook worden geprikkeld om meer culturele activiteiten te bezoeken.

Dankzij de MBO Card komt het onderwerp culturele ontwikkeling meer onder de aandacht bij mbo-scholen. Uit de onderzoeksresultaten is echter ook te concluderen dat de bijdrage aan culturele ontwikkeling van de MBO Card minder groot is dan de bijdrage van de Cultuurkaart in het havo en vwo. Dat heeft niet zozeer te maken met de kwaliteit van de culturele ontwikkeling, want er is toenemend geschikt aanbod voor het mbo. Er zijn in dit onderzoek succesvolle voorbeelden van culturele ontwikkeling in het MBO genoemd. Maar er wordt op het mbo veel minder aan cultuuronderwijs gedaan. Er vinden maar weinig culturele activiteiten op of via mbo-scholen plaats. Culturele ontwikkeling of culturele vorming heeft geen vaste plek in het curriculum. Maar net iets meer dan de helft van de responderende mbo-docenten vindt dat hun school erin slaagt culturele ontwikkeling mee te geven. Voorwaarden zijn tijd, geld, visie en aandacht, belemmeringen zijn een gebrek aan tijd en het ontbreken van een expliciete rol van culturele vorming in het mbo, bijvoorbeeld in het vak Burgerschap. De MBO Card heeft in de huidige vorm geen grote verandering in de mate van culturele ontwikkeling binnen het mbo zelf teweeg kunnen brengen.

### **Beleid – toekomst van de MBO Card**

Als antwoord op de vraag hoe het voortbestaan van de MBO Card kan worden gewaarborgd, hebben wij randvoorwaarden voor de toekomst van de MBO Card benoemd. In de eerste plaats is uit de gesprekken met kenners en de enquête onder docenten gebleken dat er grote behoefte is aan culturele ontwikkeling voor mbo-studenten, met name binnenschools. Los van de specifieke creatieve opleidingen (zoals Mode, Interieur of Artiest en/of keuzedelen, bevat het mbo-curriculum echter geen cultuureducatie, culturele vorming of de ontwikkeling van artistiek-creatief vermogen. Dat wordt als groot gemis ervaren en maakt het lastig culturele activiteiten in het lesprogramma te integreren. De toegevoegde waarde van de MBO Card zelf voor culturele ontwikkeling in het mbo wordt in zijn huidige vorm niet al te hoog gevonden. Het is vooral een kortingskaart. De kaart is ook niet breed bekend, en veel docenten weten niet goed waar deze voor kan worden gebruikt. Uit dit onderzoek blijkt bovenal dat financiering van culturele activiteiten voor scholen via de MBO Card de voornaamste drempels kan wegnemen. Daar waar publieke of private financiers energie en middelen steken in cultuureducatie voor mbo-studenten, ontstaan kansrijke initiatieven. Ook de Cultuurkaart voor het voortgezet onderwijs, waar het Ministerie van OCW samen met de scholen budget op zetten, is een wensbeeld voor de MBO Card. Daarvan is de kracht dat de spreiding over de scholen ook veel breder is dan losse initiatieven.

### **Onze conclusie: er is meer stimulans nodig**

De MBO Card is in de huidige vorm een kortingskaart, en draagt daarmee vooral in de vrije tijd bij aan culturele ontwikkeling van mbo-studenten. Studenten komen dankzij de kaart meer in aanraking met culturele activiteiten en het blijkt dat zij daar ook inhoudelijk door worden verrijkt. De toegevoegde waarde van de MBO Card voor cultuureducatie in het mbo zelf is in de huidige vorm echter relatief beperkt, waardoor kansen blijven liggen.

Om cultuureducatie in het MBO een vaste plek te geven, is meer nodig dan de MBO Card nu kan bieden: inbedding in het curriculum, meer geld, meer bekendheid onder docenten en dergelijke. Maar de MBO Card kan wel drempels verlagen. Volgens gesprekspartners is elk middel om cultuureducatie in het mbo te stimuleren een duw in de goede richting, dus ook de MBO Card. De MBO Card zou alleen al moeten blijven bestaan, om letterlijk culturele ontwikkeling in het mbo op de kaart te zetten. Daar verwijst de titel van dit rapport dan ook naar.

De Minister van OCW, Van Engelshoven benoemt in haar Uitgangspunten voor het nieuwe cultuurbeleid 2021-2024, dat dit kabinet wil investeren in goed cultuuronderwijs. Kansengelijkheid en integraal cultuuronderwijs hebben haar aandacht, waarbij zij de MBO Card als voorbeeld noemt. Zij ziet goede mogelijkheden om cultuur en gelijke kansen te verbinden. Daarom wil zij meer aandacht voor scholen die het moeilijk vinden goed cultuuronderwijs te geven. Onze gesprekspartners stellen in dezelfde denklijn dat het Ministerie van OCW de drager moet zijn voor breed bereik van cultuureducatie door het beschikbaar stellen van budget voor cultuureducatie, wellicht via de MBO Card. Het appel vanuit het veld dat uit dit onderzoek naar voren komt, is dat het Ministerie van OCW het aan zijn stand verplicht is te investeren in culturele ontwikkeling van mbo-studenten.

## Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
1.1 De MBO Card	5
1.2 Aanleiding van dit onderzoek	5
1.3 Onderzoeksmethode	6
1.4 Leeswijzer	6
2. Bereik – gebruik van de MBO Card	7
2.1 Zicht op verspreiding, gebruik en beweegredenen	7
2.2 Verspreiding van de kaart	7
2.3 Soorten culturele activiteiten	9
2.4 Gebruik van de kaart	10
3. Belang – bijdrage aan culturele ontwikkeling	13
3.1 Zicht krijgen op culturele ontwikkeling	13
3.2 Duiding van het begrip culturele ontwikkeling	13
3.3 Beleving van culturele activiteiten door studenten	14
3.4 Belang volgens mbo-docenten	16
3.5 Rol van de MBO Card in culturele ontwikkeling op school	18
3.6 Bijdrage van MBO Card aan culturele ontwikkeling	19
4. Beleid – toekomst van de MBO Card	20
4.1 Waarborgen voor de toekomst	20
4.2 Grote behoefte aan cultuureducatie in het mbo	20
4.3 Toegevoegde waarde voor het mbo	20
4.4 Financiering als voornaamste succesfactor	21
Bijlage – gesprekspartners	23

# 1. Inleiding

## 1.1 De MBO Card

We starten dit evaluatierapport over de MBO Card met een korte toelichting op wat de MBO Card is en hoe deze werkt. Daarna gaan we in dit hoofdstuk in op de aanleiding van het onderzoek en de door ons gehanteerde onderzoeksmethode. Als laatste is een leeswijzer voor de rest van het rapport te vinden.

Op 1 januari 2016 is de MBO Card gelanceerd. De MBO Card geeft mbo-studenten CJP-korting op bezoek aan culturele instellingen, zoals musea, theaters en bioscopen, maar ook op diverse evenementen en festivals. Daarnaast krijgen studenten met de MBO Card korting bij diverse winkels op producten zoals sneakers en laptops. Mbo-instellingen hebben de mogelijkheid de kaart aan te vragen voor hun studenten. Deelname aan de MBO Card is voor de scholen gratis. Er is ook een kaart voor docenten, de CJP docentenpas. Sinds 2018 is de MBO Card een digitale pas, feitelijk een app, en is het geen fysieke kaart meer.

Het belangrijkste doel van de MBO Card is om de drempel te verlagen voor mbo-studenten om deel te nemen aan aansprekende en/of inspirerende uitingen van kunst en cultuur, zowel via school als in de vrije tijd. Daarnaast is het idee dat de MBO Card een impuls geeft aan het ontwikkelen van speciale programma's, activiteiten en voorstellingen door culturele instellingen die passen bij de belevingswereld van mbo-studenten.

Het CJP en het JOB zijn de initiatiefnemers van de MBO Card. Voor de uitvoering van de MBO Card (verspreiding onder scholen, opzetten en onderhouden van samenwerkingen met culturele instellingen en andere organisatie, mediacampagnes en andere zaken) ontvangt het CJP jaarlijks subsidie van het Ministerie van OCW.

## 1.2 Aanleiding van dit onderzoek

De subsidie voor de MBO Card is destijds (in 2015) door het Ministerie van OCW verleend voor het introduceren en verspreiden van de MBO Card onder zo veel mogelijk mbo-studenten. Andere doelen zijn het stimuleren van aansluiting tussen mbo-onderwijs en de culturele instellingen en het stimuleren van het bezoek aan culturele instellingen door mbo-studenten. Bovendien kan de MBO Card inzage geven in de verhoging van het gebruik van culturele instellingen door het bezoek van mbo-studenten aan culturele instellingen te meten. Ten slotte vormt de kaart een rechtstreeks communicatiekanaal om jongeren te inspireren zich cultureel te ontwikkelen en op die manier ook informatie te verstrekken aan JOB om medezeggenschap en inspraak te versterken.

Omdat de looptijd van de subsidie ten einde loopt, heeft het Ministerie van OCW behoefte aan een overkoepelende evaluatie. Deze evaluatie moet voor het ministerie antwoord geven op:

1. Heeft de MBO Card bijgedragen aan de culturele ontwikkeling van de mbo student? Zo ja, op welke manier? Zo nee, waarom niet?
2. Heeft de MBO Card de doelstellingen uit de subsidieverlening behaald? Zo niet, waarom niet?
3. Hoe kan na afloop van de subsidieperiode (incl. verlenging van hoogstens 1 jaar) het voortbestaan van de MBO Card eventueel gewaarborgd worden?

Met deze evaluatie wil het ministerie bezien of en op welke manier de MBO Card heeft bijgedragen, om op basis daarvan te bepalen in welke vorm de kaart eventueel voortgezet kan worden zodanig dat de MBO Card blijft bijdragen aan de culturele ontwikkeling van mbo-studenten.

### 1.3 Onderzoeksmethode

Dit onderzoek bestond uit drie onderdelen.

1. *Expertsessie.* We zijn dit onderzoek gestart met een sessie met experts uit zowel het onderwijsveld als het culturele veld. Hierbij is de MBO Raad, JOB, LKCA, CJP en enkele culturele instellingen aanwezig geweest. In deze sessie hebben we samen verkent wat culturele ontwikkeling voor een mbo-student nu eigenlijk inhoudt en betekent, en dit ook geoperationaliseerd. Vervolgens hebben we gesproken over wat voor soort vragen we de mbo-student en mbo-docent het beste konden stellen om in kaart te brengen in hoeverre de kaart heeft bijgedragen aan culturele ontwikkeling van mbo-studenten. Dit heeft input opgeleverd voor stap twee in ons onderzoek. Als laatste is er kort gesproken over de toekomst van de kaart, als denkrichting voor stap 3.
2. *Enquêtes onder studenten en docenten.* Om een landelijk beeld te krijgen in hoeverre de kaart heeft bijdraagt aan de culturele ontwikkeling van mbo-studenten, hebben we twee enquêtes opgesteld en uitgezet. Bij het opstellen van de vragenlijst heeft de MBO Raad, JOB, OCW en CJP meegekeken en meegedacht. Vervolgens zijn deze vragenlijsten uitgezet. De vragenlijst voor mbo-studenten is uitgezet door het CJP via email naar alle studenten die de kaart geactiveerd hebben en in een gesponsorde instagrampost. Daardoor is de steekproef niet per se representatief voor alle mbo-studenten. De vragenlijst heeft een respons opgeleverd van 978 mbo-studenten. De respondenten komen van een breed scala aan mbo-instellingen, van Noorderpoort en ROC van Twente tot aan Zadkine, Zone College en het Hout- en Meubileringscollege. Ook over de leerjaren zijn de respondenten verspreid: 13% is eerstejaars, 38% is tweedejaars, 23% is derdejaars en 31% vierdejaars. De vragenlijst voor mbo-docenten is uitgezet door de MBO Raad via het Netwerk Burgerschap. Ook CJP heeft de vragenlijst uitgezet onder de docenten waarvan zij over contactgegevens beschikken. De vragenlijst onder mbo-docenten heeft een respons opgeleverd van 177. Ook daar zijn de respondenten verspreid over veel verschillende mbo's in Nederland. 31% van de invullers is docent Burgerschap, de rest van de respondenten zijn met name docenten in andere vakken of teamleiders of coördinatoren.
3. *Verdiepende gesprekken.* De laatste stap in het onderzoek betrof een gespreksronde met een aantal culturele instellingen, fondsen en mbo's. In totaal zijn er 15 gesprekken gevoerd. In deze gesprekken is er gesproken over de toekomst van de MBO Card: hoe kijken deze partijen daar tegenaan? Welke mogelijkheden en randvoorwaarden zien partijen voor het voortbestaan, hoe wenselijk is dit, wat en wie zijn ervoor nodig om aan deze randvoorwaarden te voldoen in de toekomst en hoe zien zij hun eigen rol om het voortbestaan van de MBO Card te waarborgen?

### 1.4 Leeswijzer

- Dit rapport start met een managementsamenvatting. Hierin worden de aanleiding en de aanpak van het onderzoek belicht. Vervolgens presenteren wij daar de voornaamste uitkomsten op de onderwerpen Bereik, Belang en Beleid. We trekken daarin ook de omvattende conclusie dat er meer stimulans nodig is voor cultuureducatie in het mbo.
- In dit inleidende hoofdstuk geven wij de vragen van het ministerie weer en geven wij een verantwoording over de onderzoeksmethodiek, met name de enquêtes onder mbo-studenten en docenten.
- Vervolgens behandelt dit rapport in hoofdstuk 2 het onderwerp Bereik, over de verspreiding en het gebruik van de MBO Card door studenten, in relatie tot de met het Ministerie van OCW overeengekomen doelstellingen.
- In hoofdstuk 3 over Belang belichten wij de betekenis van cultuureducatie in het algemeen en de MBO Card in het bijzonder voor de culturele ontwikkeling van mbo-studenten, op basis van hun eigen ervaringen en die van mbo-docenten.
- Het vierde en laatste hoofdstuk Beleid betreft de succesfactoren voor de toekomstige vorm van de MBO Card. Daaruit blijkt dat de kaart meer moet zijn dan alleen een kortingskaart, om culturele ontwikkeling in het mbo op de kaart te zetten.

## 2. Bereik – gebruik van de MBO Card

### 2.1 Zicht op verspreiding, gebruik en beweegredenen

Het ministerie wil dat deze evaluatie zicht geeft op de mate waarin de MBO Card wordt gebruikt. Met het CJP zijn bij de oorspronkelijke subsidieverlening voor de uitvoering van de kaart een aantal doelstellingen vastgelegd, over de ontwikkeling van het gebruik van de MBO Card tijdens de looptijd van de subsidie. In de onderzoeksvraag aan ons zijn andere doelstellingen meegegeven, ten behoeve van deze evaluatie. De getoetste doelstellingen zijn:

1. Een toename van 60% van aantal aangemelde studenten voor het schooljaar 2017/2018, ten opzichte van de beginsituatie 2015.
2. Een toename van het aantal aangemelde studenten voor het schooljaar 2018/2019 met 66% ten opzichte van de beginsituatie 2015.
3. Een toename van het aantal geactiveerde MBO Cards voor het schooljaar 2015/2016 met 55% ten opzichte van de beginsituatie 2015.
4. Een toename van het aantal geactiveerde MBO Cards voor het schooljaar 2016/2017 met 60% ten opzichte van de beginsituatie 2015.
5. Een stijgende lijn van het aantal culturele activiteiten.

Het ministerie heeft ons gevraagd deze doelstellingen te toetsen. Wij baseren ons hierbij op informatie van het CJP, de enige partij die over een compleet overzicht van deze data beschikt. Allereerst merken we op deze doelstellingen in de vraag aan ons niet zodanig zijn geformuleerd dat hiermee het juiste inzicht kan worden gegeven in het gebruik van de MBO Card. Hiervoor zijn de volgende redenen te noemen:

- Het CJP registreert in kalenderjaren in plaats van schooljaren
- De MBO Card is pas van start gegaan in 2016, dus er is geen beginsituatie 2015
- De formulering betreft groeidoelstellingen, terwijl, zoals hieronder blijkt, groei niet maatgevend is

Wij kunnen ondanks deze bezwaren wel het gebruik van de MBO Card inzichtelijk maken. Wij geven in paragraaf 2.2 weer hoe het bereik van de kaart zich heeft ontwikkeld. We gaan in paragraaf 2.3 in op de soorten culturele activiteiten die de studenten bezoeken. Paragraaf 2.4 laat zien waarom de studenten de kaart gebruiken.

### 2.2 Verspreiding van de kaart

#### Aanmeldingen

De eerste graadmeter voor de verspreiding van de kaart is het aantal aangemelde studenten, dat wil zeggen aangemeld door de scholen bij het CJP. Deze is te vergelijken met de doelstelling die het CJP en het Ministerie van OCW samen hebben vastgesteld voor de vier schooljaren 2015-2016 t/m 2018-2019:

Aanmeldingen	2016	2017	2018	2019	Bron
Aantal mbo-studenten in Nederland	479.500	486.421	496.380	497.300	DUO
Aantal aangemelde studenten	417.867	421.875	427.036	447.804	CJP
Percentage aanmeldingen t.o.v. studenten	87%	87%	86%	90%	Berekend
Doelstelling OCW/CJP	25%	50%	60%	66%	CJP

Deze doelstelling is dus ruimschoots gehaald, al vanaf het eerste jaar. Omdat het aantal deelnemende scholen vanaf de start bijzonder hoog is, is ook het aantal aanmeldingen door die scholen sinds 2016 hoog. Ook in 2019 nemen de nog aanmeldingen toe. Het CJP stelt dat op dit moment feitelijk maar één mbo-instelling niet meedoet.

### Activaties

De tweede graadmeter voor de verspreiding van de kaart is het aantal studenten dat de kaart heeft geactiveerd. Activeren is het via de website van het CJP inschrijven van de kaart, waarna deze digitaal functioneert als hiermee korting wordt gevraagd bij aanbieders van culturele en andere activiteiten. Ook deze graadmeter is te vergelijken met de doelstelling die het CJP en het Ministerie van OCW samen hebben voor vier jaar hebben vastgesteld:

Activaties	2016	2017	2018	2019	Bron
Aantal aangemelde studenten	417.867	421.875	427.036	447.804	CJP
Aantal geactiveerde kaarten	165.238	136.101	85.167	82.756	CJP
Percentage activaties t.o.v. aanmeldingen	40%	32%	20%	18%	Berekend
Doelstelling OCW/CJP	35%	50%	55%	55%	CJP

De doelstelling voor activatie is alleen het eerste jaar gehaald. In 2016, het jaar waarin met communicatie werd gestart, was het aantal activaties het hoogst. Zeker als wordt bedacht dat het aantal aanmeldingen in 2016 al veel hoger was dan in de doelstelling stond, dan is het achterliggende doel meer dan ruimschoots gehaald. In 2017 is ook het beoogd aantal activaties in absolute zin bereikt. Het doel was 50% activaties van 50% aanmeldingen van de 486.000 studenten, dus 123.000. Het aantal activaties in 2017 was 136.000, dus meer dan de doelstelling.

Maar de cijfers vanaf 2018 laten zien dat de doelstelling niet meer werd bereikt, door het lager aantal activaties. Wij hebben deze ontwikkeling besproken met het CJP. Het CJP heeft dit niet uitgebreid onderzocht. De kaart wordt via de scholen gedistribueerd, en het hangt dus van de scholen af wat ermee gebeurt en of activatie wordt aangemoedigd. Er zijn wel praktische verklaringen voor het lager aantal activaties die een rol spelen:

- Activatie van de MBO Card is in praktijk niet per se nodig om korting te krijgen
- Na aanvankelijk enthousiasme of automatisme om te activeren, blijkt de waarde van de kaart tegen te vallen
- De kaart is gedigitaliseerd tot een app, en is niet meer een fysieke kaart, waardoor studenten er letterlijk niet of minder mee in aanraking komen, en de trigger om te activeren van de fysieke ontvangst ontbreekt

Wat volgens het CJP echter de voornaamste oorzaak is van de terugval, zelfs trendbreuk, van het aantal activaties per 2018, is de invoering van de Algemene Verordening Gegevensbescherming. De AVG is sinds mei 2018 van kracht, en die is ook van toepassing op de MBO Card. Waar in de eerste jaren de scholen de namen en gegevens van aangemelde studenten aan het CJP doorgaven om op de kaart af te drukken, is datauitwisseling nu niet meer toegestaan. Bovendien heeft het CJP zijn adresbestand van mbo-studenten, waar geen expliciete toestemming voor was gegeven, moeten verwijderen, en is het CJP in 2018 opnieuw begonnen dit bestand op te bouwen.

We stellen nadrukkelijk vast dat, ondanks dat de overeengekomen doelstellingen qua activaties niet zijn gehaald, er toch sprake is van zeer grote deelname van scholen en aanmeldingen van studenten. Er zijn minstens 82.500 mbo-studenten die de kaart hebben geactiveerd. Uit onze enquête blijkt het grootste deel van de respondenten met een MBO Card deze ook daadwerkelijk te gebruiken.

### Aantal culturele activiteiten

De vijfde doelstelling tussen het Ministerie van OCW en het CJP is geformuleerd als 'een stijgende lijn in culturele activiteiten.' Als ambitie is dit mooi, maar als doelstelling blijkt dit niet te toetsen. Er is om te beginnen geen nulmeting en er is ook geen actuele informatie die specifiek genoeg is voor deze doelstelling. In de nulmeting die het CJP in 2015 heeft uitgevoerd onder culturele instellingen, is niet expliciet gevraagd naar het aantal culturele activiteiten dat werd georganiseerd. In deze meting werd enkel gevraagd of er specifiek aanbod is voor mbo-studenten en wat dit specifieke aanbod is. Hierdoor is het op basis van de beschikbare data niet mogelijk om kwantitatief te kunnen beantwoorden of er een stijgende lijn is te zien in het aantal culturele activiteiten.

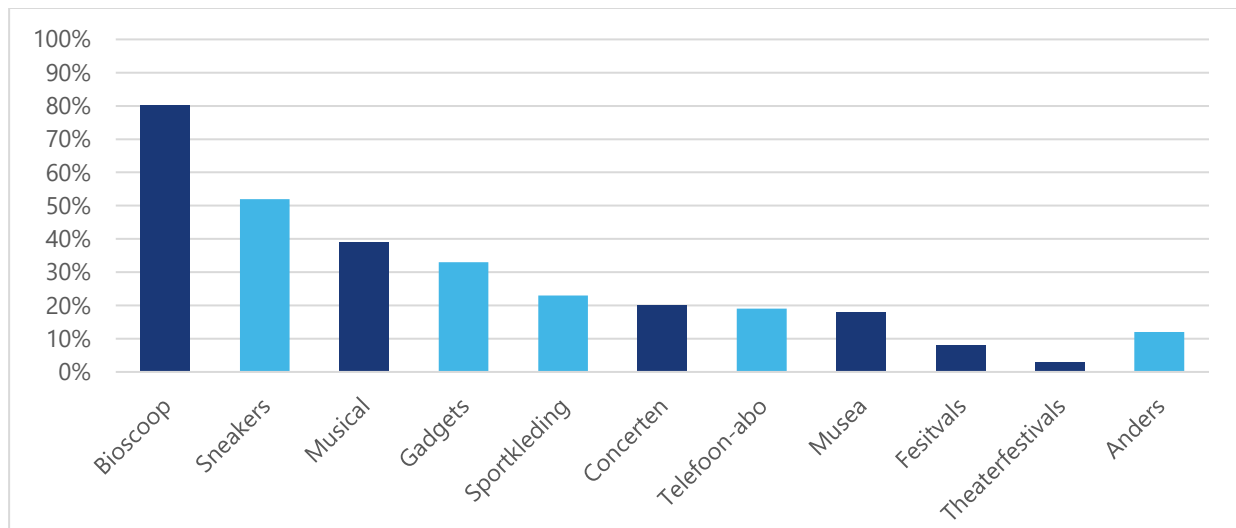


In de gespreksronde hebben we drie mbo's gevraagd of zij zien dat culturele instellingen meer aanbod hebben voor mbo-studenten dan in het verleden. Twee van de drie gesproken scholen merken op dat culturele instellingen steeds meer aanbod hebben dat is toegespitst op mbo-studenten. Zij ervaren dat culturele instellingen meer bezig zijn om deze doelgroep naar binnen te halen en dat de samenwerkingen tussen scholen en mbo-instellingen intensiever worden. Door sommige opleidingen worden culturele instellingen echt gezien als partners. Hierbij is ook genoemd dat het een wisselwerking is: hoe meer vraag er is vanuit de mbo-opleidingen, hoe meer kans er is dat culturele instellingen inspelen met speciale programma's voor deze doelgroep. Dit geldt ook andersom: hoe meer passend aanbod, hoe meer kans dat deze activiteiten worden bezocht vanuit het mbo.

## 2.3 Soorten culturele activiteiten

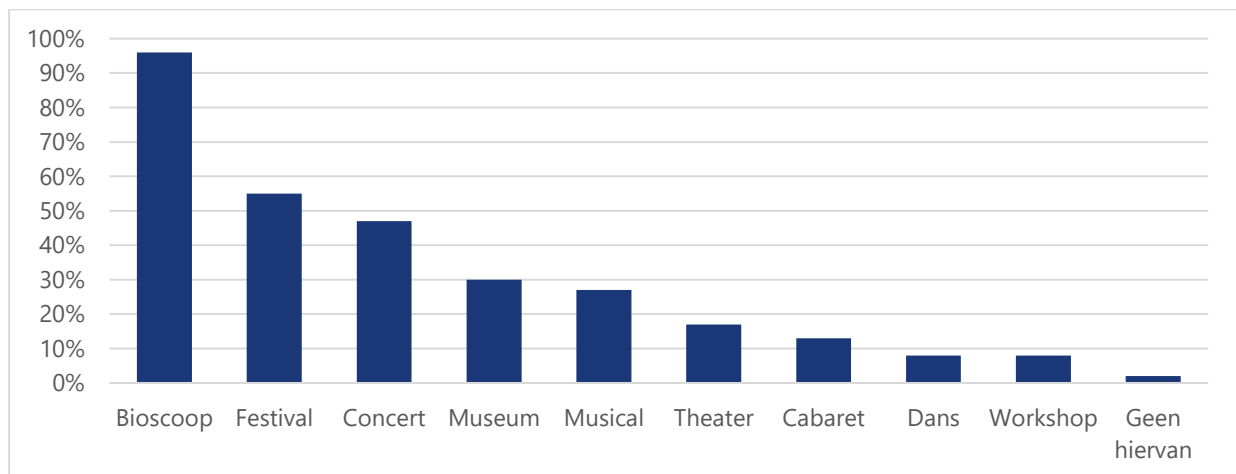
### Bezoek aan disciplines

De MBO Card is een kortingskaart met een brede toepassing, breder dan culturele activiteiten. Uit het onderzoek van het LKCA en CJP uit oktober 2017 bleek dat mbo-studenten toen de kaart voor de volgende zaken gebruikten. Daarbij kan onderscheid worden gemaakt tussen culturele activiteiten (donkerblauw) en anders (lichtblauw).



Figuur 1: gebruik van MBO Card, CJP/LKCA enquête onder MBO Card-houders, 2017

Zoals we benoemd hebben in de inleiding, hebben we voor dit onderzoek een enquête gehouden onder mbo-studenten uit het bestand van het CJP, die dus de MBO Card hebben geactiveerd. De 978 deelnemende studenten (hierna aangeduid als de respondenten) hebben aangegeven waar zij in hun vrije tijd wel eens naar toe gaan:

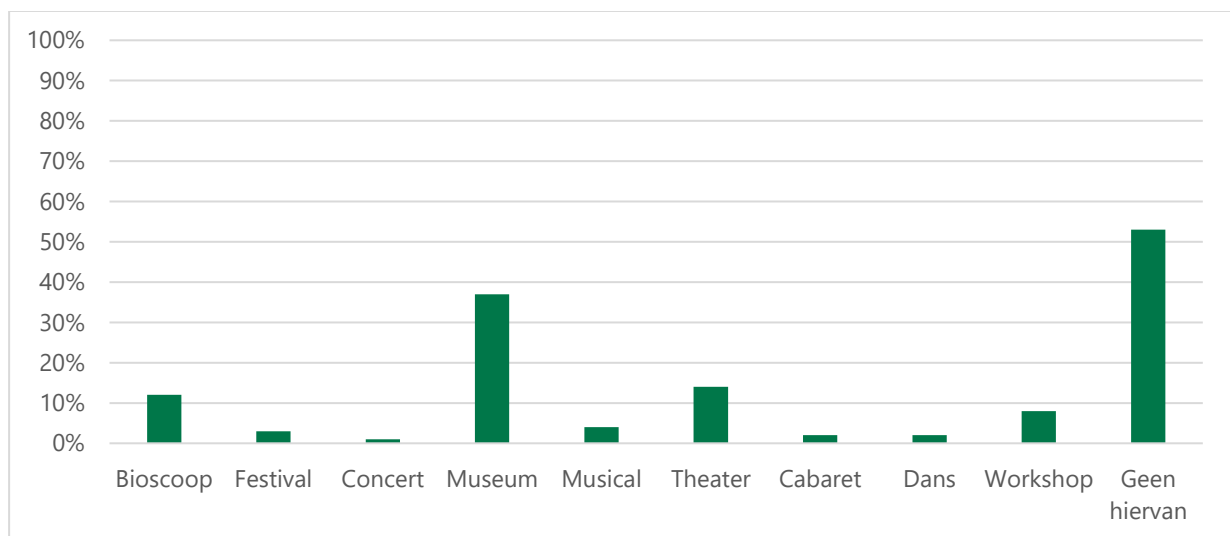


Figuur 2: bezoek in de vrije tijd, Berenschot-enquête onder mbo-studenten in CJP-bestand, 2019

De verdeling over culturele activiteiten tussen beide onderzoeken is in grote lijnen wel vergelijkbaar. De eerste discipline is film (80-95%), dan volgen podiumkunsten in diverse vormen (20-55%) en er worden ook musea bezocht (18-30%). Er is enig verschil zichtbaar tussen de mate waarin festivals en concerten worden bezocht.

We hebben in onze enquête gevraagd hoe vaak de studenten deze activiteiten in de vrije tijd bezoeken. 38% van de respondenten gaat een paar keer per jaar, 43% ongeveer een keer per maand, 19% gaat een paar keer per maand. Dit is behoorlijk veel, en wordt vooral door filmbezoek veroorzaakt. We merken hierbij op dat de groep respondenten van onze enquête (bijna 1.000) niet per se representatief is voor alle mbo-studenten (bijna 500.000).

We hebben aan dezelfde groep studenten gevraagd aan welke van deze activiteiten zij met school een bezoek hebben gebracht. Om dit te kunnen vergelijken, houden we dezelfde volgorde aan als de ranking in de vrije tijd:



Figuur 3: bezoek met school, Berenschot-enquête onder mbo-studenten in CJP-bestand, 2019

Hierbij valt op dat het bezoek veel lager ligt, en meer dan de helft van de studenten die wel in de vrije tijd culturele activiteiten bezoekt, dit niet met school doet. Met school worden vooral musea bezocht, ongeveer net zo vaak als studenten daar in hun vrije tijd heen gaan. Ook theater wordt ongeveer even vaak met school als in vrije tijd bezocht, en dat geldt ook voor workshops dansen, zingen, toneel spelen of muziek maken. Voor de andere activiteiten geldt dat deze meer in de vrije tijd worden bezocht, en veel meer bioscoop, festivals en concerten.

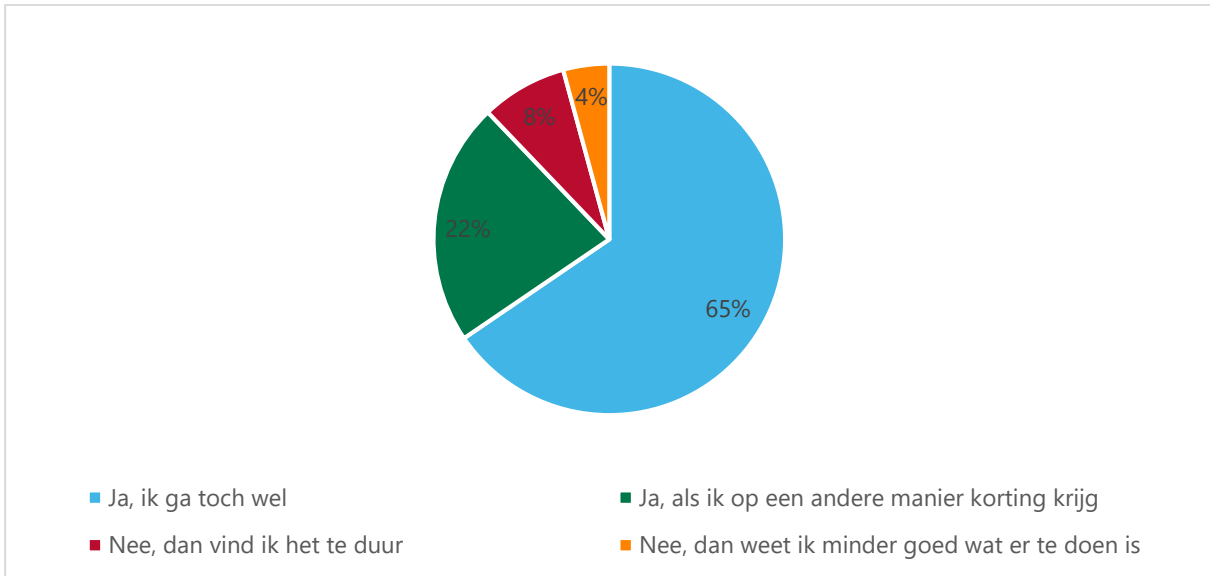
We hebben ten slotte ten aanzien van culturele activiteiten aan de mbo-studenten in de enquête gevraagd of er wel eens culturele activiteiten op school plaatsvinden. Daarvan zegt 25% ja, 60% nee en 15% weet het niet. Voor deze laatste 15% geldt dat als er al een culturele activiteit op school was, deze weinig indruk op hen heeft gemaakt. Het volgende hoofdstuk gaat nader in op wat de studenten is bijgebleven van culturele bezoeken.

## 2.4 Gebruik van de kaart

We hebben in onze enquête gevraagd of studenten de MBO Card gebruiken bij de culturele activiteiten die zij in de vrije tijd bezoeken. Daaruit blijkt dat 77% de kaart gebruikt, te weten 54% af en toe en 23% altijd. De meest genoemde redenen waarom respondenten de kaart niet gebruiken zijn:

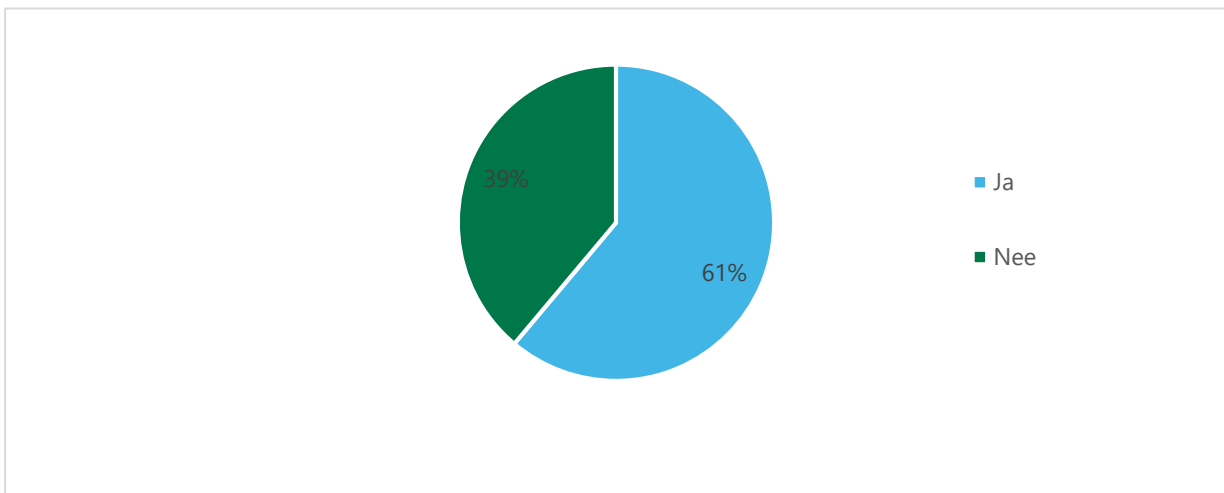
- Ik vergeet dat ik hem heb
- Ik begrijp niet hoe ik hem moet gebruiken
- Ik heb de MBO Card niet
- Ik ken de MBO Card niet
- Ik heb hem niet geactiveerd
- Ik vind een fysieke pas handiger dan een app

We hebben aan de studenten die de kaart wél gebruiken gevraagd of zij ook zouden gaan als zij de kaart niet hadden gehad. Hieruit blijkt dat het grootste deel van de respondenten wel zou gaan zonder MBO Card. Dit zegt overigens niet dat direct dat de MBO Card geen zin heeft; het is best logisch dat jongeren af en toe culturele activiteiten, waaronder de bioscoop, bezoeken, of ze nu wel of niet gebruik kunnen maken van een kortingskaart.



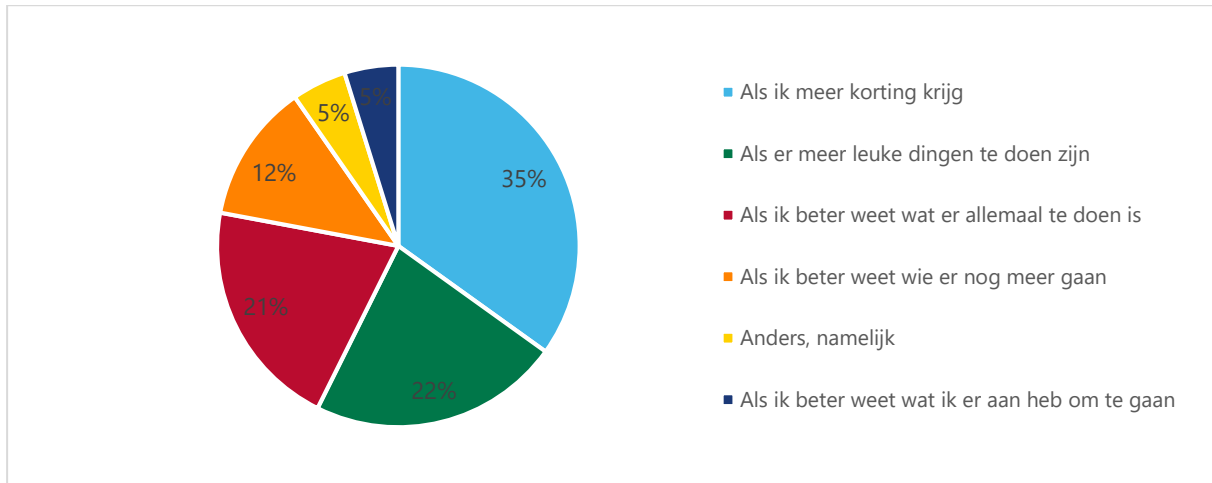
Figuur 4: gaan studenten ook als zij geen MBO Card hebben? 733 respondenten

We hebben in onze enquête studenten die de kaart gebruiken gevraagd of zij *vaker* iets leuks gaan doen omdat ze de MBO Card hebben. Daarop is het antwoord overwegend positief (61%). Daaruit kan worden geconcludeerd dat de MBO Card wel helpt om studenten *meer* bezoeken te laten brengen aan culturele activiteiten.



Figuur 5: gaan studenten vaker iets leuks doen omdat ze de kaart hebben? 733 respondenten

We hebben verder gevraagd naar de redenen wanneer mbo-studenten *vaker* naar culturele activiteiten zoals bioscoop, theater, museum, concert, musical of festival zouden gaan, met diverse antwoordmogelijkheden:



Figuur 6: wanneer zouden studenten vaker naar culturele activiteiten gaan? 753 respondenten

De meeste respondenten benoemen dat ze vaker zouden gaan als ze meer korting krijgen. Ruim 20 procent zou nog vaker gaan als er meer leuke dingen te doen zijn: dit kan gaan over dat er nu te weinig aanbod is dat aansluit bij de wensen van de mbo-student, of dat de kaart misschien nog niet op voldoende plekken ingezet kan worden. Ook kennis over wat er te doen is speelt een belangrijke rol. Kennis over wat er te doen is komt overigens ook terug in de antwoorden van studenten die zeggen de MBO Card niet te gebruiken: daar reageren redelijk veel studenten dat ze niet weten waarvoor ze de kaart kunnen gebruiken. Een klein gedeelte van de respondenten vindt het ook belangrijk om te weten wie er nog meer gaan: in de antwoorden op de vraag welke activiteit ze is bijgebleven en waarom komen ook veel antwoorden naar boven over dat het gezellig is met vrienden, of met de klas, of met de familie. Naar culturele activiteiten gaat speelt dus ook een rol in socialisatiefunctie. Bij de open antwoorden noemen opvallend veel respondenten dat ze vaker zouden gaan als ze meer tijd zouden hebben. Dit is ook wat JOB benoemde in de verdiepende gesprekken: studenten zijn erg druk met hun studie en ervaren weinig vrije tijd. Deze vrije tijd moeten ze verdelen onder vrienden, familie, sporten en eventueel werk, waardoor bezoeken aan culturele activiteiten niet direct de eerste dingen zijn die ze gaan doen. Andere vaak genoemde redenen betreffen de financiële speelruimte: "als ik meer geld zou hebben," of "als het goedkoper zou zijn."

We hebben ten slotte gevraagd wat de MBO Card nog leuker of aantrekkelijker zou maken voor studenten. Daarop kwamen veel verschillende open antwoorden, die neerkwamen op de volgende soorten antwoorden:

- Meer korting
- Korting op verschillende dingen
- Winacties
- Terug naar een pasje (in plaats van app). Hij werkt niet, of ik vergeet hem omdat ik hem niet als kaart zie.
- Meer duidelijkheid over wat je er mee kan
- Eenvoudiger maken, ik snap er niks van
- Ik ben 100% tevreden met de MBO Card

Er werd soms bij opgemerkt dat de MBO Card eigenlijk niet van meerwaarde is als je ook al een CJP hebt. Dit gebrek aan beleefde toegevoegde waarde van de MBO Card komt ook terug in hoofdstuk 4, over de toekomst.

## 3. Belang – bijdrage aan culturele ontwikkeling

### 3.1 Zicht krijgen op culturele ontwikkeling

Het Ministerie van OCW heeft ons desgevraagd aangegeven het belangrijkste aan onze evaluatie te vinden, of de kaart daadwerkelijk bijdraagt aan de culturele ontwikkeling van mbo-studenten. In dit hoofdstuk belichten wij het belang van de MBO Card voor culturele ontwikkeling. We beschrijven daartoe eerst wat gesprekspartners en geënquêteerde mbo-docenten onder culturele ontwikkeling verstaan, en of we die ontwikkeling kunnen toetsen. Vervolgens tonen we op welke wijze wij culturele ontwikkeling via de MBO Card bij studenten hebben onderzocht en welke conclusies wij hieraan verbinden. Bij mbo-docenten hebben we meer doorgevraagd over de positie van cultuureducatie in het mbo en de mate waarin scholen met culturele ontwikkeling aan de slag gaan. We geven een aantal voorbeelden hoe mbo-scholen met culturele instellingen en fondsen hier werk van maken. Ten slotte concluderen we in hoeverre de MBO Card een rol speelt en dus bijdraagt aan de culturele ontwikkeling.

### 3.2 Duiding van het begrip culturele ontwikkeling

We beginnen met een duiding van het begrip culturele ontwikkeling, omdat een eenduidige definitie ontbreekt. Culturele ontwikkeling is een term die niet veel wordt gebruikt en die niet echt herkend wordt binnen het mbo en het culturele veld, zo bleek in onze expertsessie. Het is niet helder welke lading deze term dekt. Het Ministerie van OCW bedoelt volgens de offertevraag met culturele ontwikkeling “de mate waarin studenten kennis hebben van kunstvormen zoals literatuur, muziek, theater (dans, drama), beeldende kunst en cultureel erfgoed. Daarnaast valt onder deze ontwikkeling de creativiteit, het reflectievermogen en het vermogen om innovatief te denken van studenten.” Het eerste deel van de definitie (kennis hebben van) is een opstap voor het tweede (creativiteit, reflectievermogen etc.). Een andere opstap is het wekken van interesse voor kunst & cultuur. Het LKCA hanteert liever de term die recent ook werd gebruikt door curriculum.nu: *artistiek-creatief vermogen*. Dit betreft de persoonlijke, individuele kant van culturele ontwikkeling. Daarnaast is er een maatschappelijke kant, de socialisatie. We stellen vast dat het meten of een student culturele ontwikkeling doormaakt op basis van de definitie van het ministerie niet mogelijk is. Het eerste gedeelte is eventueel nog in kaart te brengen (kennen studenten verschillende kunstvormen). Het is niet meetbaar of studenten creativiteit of reflectievermogen hebben ontwikkeld, en helemaal niet of dat zo is dankzij de MBO Card. Ondanks deze bezwaren hebben we er toch voor gekozen de term voor het onderzoek te gebruiken, en om te proberen deze term nader te duiden.

We hebben dit onderzoek benut om te zien welke betekenis door docenten aan culturele ontwikkeling wordt toegekend. De meeste docenten beschrijven het als een specifiek onderwerp in algemene of maatschappelijke ontwikkeling. Vaak wordt het genoemd als een manier om in aanraking te komen met meer in de wereld dan je eigen omgeving, waarbij dan ook andere culturen en identiteit een rol spelen. Die brede interpretatie van het begrip cultuur is ook terug te vinden in het onderzoek van het CJP en het LKCA onder mbo-studenten. Een docent omschreef de betekenis als “uitgedaagd worden op een creatieve manier te kijken naar wat er in de maatschappij leeft en daar ook nog van te kunnen genieten.” Dit zijn voorbeelden van de socialisatiefunctie van cultuureducatie.

Er zijn ook veel antwoorden gegeven die juist specifiek op de betekenis van kennismaking met en verdieping in kunst & cultuur ingaan. Een docent beschreef het als “ogen openen voor het nieuwe en datgene wat anders is. Ontdekken van mooie dingen, uitingen en verhalen. Geprikkeld en geïnspireerd worden door diverse disciplines.” Creativiteit komt ook veel terug, zoals een docent schreef: “creativiteit stimuleert om je (zelf)beeld te ontwikkelen en uit te breiden (ruimdenkender te zijn).” Verder werd vaak genoemd dat het om een leerproces gaat, zoals uit dit citaat blijkt: “culturele ontwikkeling zorgt ervoor dat studenten op een andere wijze naar hun omgeving leren kijken: oordeel uitstellen, nadenken over aannames, meningen onderbouwen.” Het wekken van interesse en verbreden van de belevingswereld spelen een grote rol. Op die elementen hebben wij ons onderzoek toegespitst.

### 3.3 Beleving van culturele activiteiten door studenten

Om toch inzicht te krijgen in de bijdrage van de MBO Card aan culturele ontwikkeling van mbo-studenten, hebben we in de enquête aan studenten vragen gesteld over wat hen is bijgebleven van de culturele activiteiten die zij hebben ondernomen. We hebben de studenten de vraag gesteld *welke* culturele activiteit (in de vrije tijd of met school) hen het meest is bijgebleven. Dit is ingevuld door 766 studenten, waarvan 604 studenten de MBO Card actief gebruiken. Hier zijn veel uiteenlopende antwoorden op gegeven. Met afstand de meeste studenten (220) hebben hierbij een bezoek aan de film genoemd, gevolgd door een concert, museum en musical. Dit komt in grote lijnen overeen met de antwoorden op de vraag welke activiteiten de studenten hebben bezocht.

#### *Waarom een culturele activiteit studenten is bijgebleven*

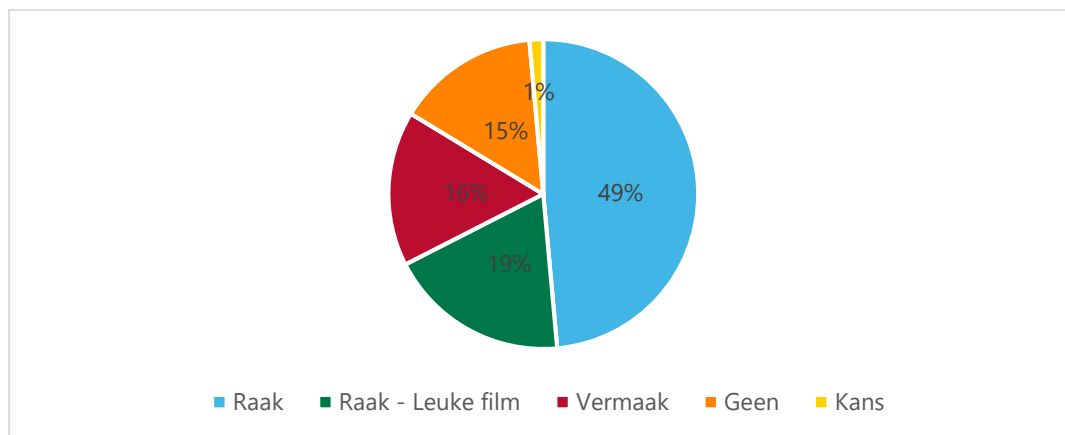
De vervolgvraag die we gesteld hebben is *waarom* deze specifieke activiteit ze is bijgebleven. Deze open vraag hebben we gesteld om de student actief te laten terugdenken aan wat hij of zij heeft ervaren tijdens dit bezoek. Hier zijn veel verschillende antwoorden op gegeven: van "gezellig" en "leuk" tot aan "het zette mij aan het denken over geluk", en "het heeft veel indruk gemaakt op mij en meer inzicht heeft gegeven in het verleden van mijn toekomstige beroep". De volledige lijst met antwoorden is niet in dit rapport opgenomen maar wel beschikbaar. Om de antwoorden te duiden, hebben we de open antwoorden gecategoriseerd in *raak*, *vermaak* en *kans*.

Onder *raak* hebben we de reacties geschaard die een inhoudelijke uitspraak doen over de specifieke film of voorstelling; het antwoord laat zien wat een student vond van de activiteit. Dit varieert van "bijzondere film", "goed concert" of "mooie tentoonstelling, tot aan uitgebreidere beschrijvingen als "het was inspirerend voor jonge kunstenaars" of "de film had een prachtig moraal". Hieruit blijkt dat de activiteit inhoudelijke betekenis had, wellicht zelfs impact.

We hebben een aparte categorie gemaakt van het vaak gegeven antwoord "leuke film". Dit antwoord is ook vaak gegeven omdat de meeste bezoeken met de MBO Card aan de bioscoop worden gebracht. Wij zijn van mening dat de aanduiding "leuke film" geen goede indicatie is van bijdrage aan culturele ontwikkeling via de film.

Onder *vermaak* hebben we de reacties geplaatst die wel iets zeggen over hoe de student de activiteit heeft ervaren, maar niet direct te relateren zijn aan de inhoud van de activiteit. Dit zijn vooral uitspraken over "het was gezellig", of "leuk met de klas". Het is interessant om deze ervaringen te inventariseren, omdat daaruit blijkt of het bezoek aan de culturele activiteit wordt gewaardeerd, maar het zegt niet iets over culturele ontwikkeling.

Een aparte categorie is *kans*: dit zijn antwoorden die iets zeggen over de kans die studenten hebben gekregen om de activiteit te bezoeken door de MBO Card, zoals: "daar kreeg ik korting", "omdat we dit niet vaak doen", "denk er anders meestal niet aan", "lekker betaalbaar voor student", "zonder de MBO Card ging ik er niet heen" en ook "omdat dit samen met mijn familie was. Dit gebeurt niet vaak omdat we het niet heel breed hebben".



Figuur 7: Waarom is activiteit studenten bijgebleven, enquête mbo-studenten, categorisering door Berenschot

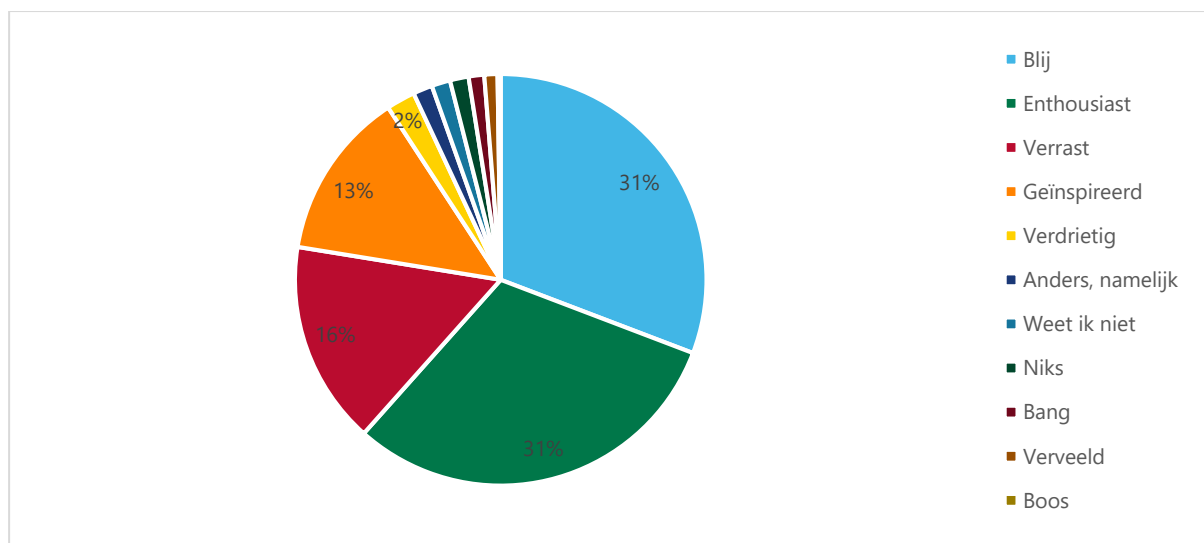
De categorie *geen* is gecreëerd voor antwoorden die niet over de activiteit gaan ("we hadden 8 uur vertraging") of waar niets is ingevuld. In bovenstaande grafiek hebben we de antwoorden volgens onze categorisering weergegeven. Het valt direct op dat de helft van de antwoorden *raak* was en over de inhoud van de activiteit ging, zelfs nog los van "leuke film". Als we die antwoorden meetellen, heeft 2/3<sup>e</sup> van de culturele activiteiten een inhoudelijke indruk achtergelaten bij de respondenten. We vermelden graag enkele antwoorden van studenten die de categorie *raak* kleuring geven.

#### Antwoorden van studenten bij de beschrijving waarom een activiteit is bijgebleven

- "Ik wist niet dat het bestond en heeft mijn interesse in cabaret gewekt" (Amsterdam Comedy Festival)
- "Het was zeer relevant aan mijn opleiding en het was daarbij ook erg boeiend!" (Psychiatrismuseum Venray)
- "Het museum was echt heel interessant. We kregen een leuke rondleiding" (Gemeentemuseum Den Haag)
- "Heel erg vernieuwend. Ook voor mensen die niks met theater hebben is dit heel erg leuk en fris. (Theatergroep: die hele ding)
- "De tentoonstelling was indrukwekkend, het maakte mijn dag" (Kunsthall Rotterdam)
- "Het is een prachtige en intense voorstelling met een fantastische actrice" (La voix humaine, Halina Reijn)
- "Het was leerzaam op leuke manier, iets wat je nooit op school zou doen" (Rijks Museum Amsterdam)
- "Het zette me aan het denken over geluk" (Carré Amsterdam)
- "Dit was zo'n film waar bij je na afloop nog tien minuten met je mond open zit na te denken wat je nu met je leven moet. In de meest positieve zin van het woord!" (Bohemian Rhapsody)

#### Gevoel en doorwerking activiteit

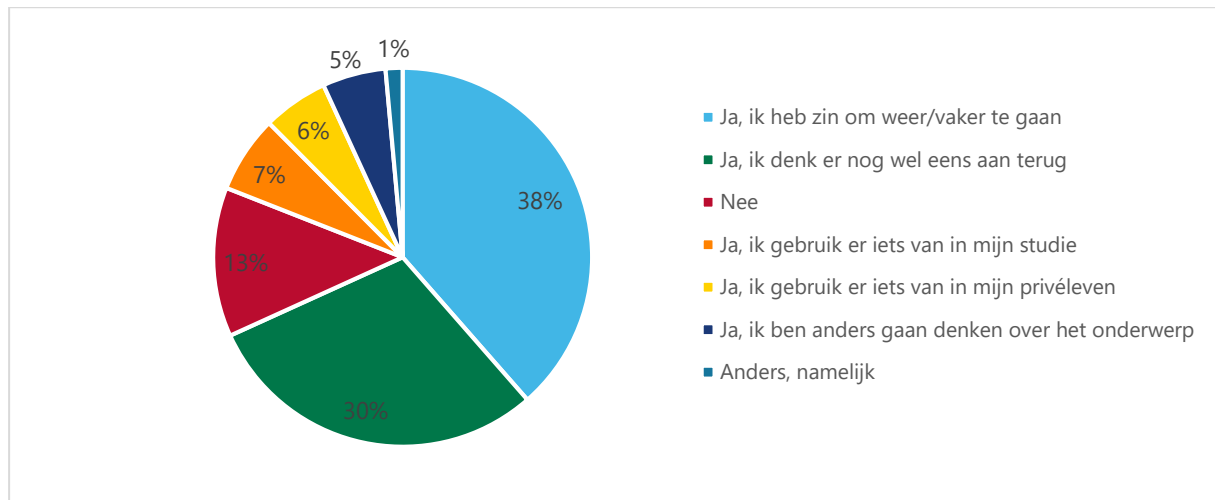
We hebben de studenten gevraagd naar hun gevoel over dit bezoek, waarbij meer antwoorden mogelijk waren.



Figuur 8: gevoel over bezoek dat meeste indruk heeft gemaakt, enquête mbo-studenten, 753 antwoorden

Het blijkt dat vrijwel alle respondenten een gevoel kunnen benoemen over de activiteit die de meeste indruk heeft gemaakt. Het grootste gedeelte was blij of enthousiast (dat lijkt ook op "leuke film"), een aanzienlijk deel geeft aan verrast en geïnspireerd te zijn. Dit zijn mooie gevoelens; een positieve ervaring helpt om vaker te gaan. De andere open antwoorden lopen uiteen: "kalmerend", "teleurgesteld", "interessant", "leerzaam", "overweldigend" en "grappig". Opmerkelijk waren de antwoorden: "het was best saai. Wij zijn kappers en het was meer gericht op schoonheidsspecialisten", "ik denk dat veel mensen zich niet beseffen waar pesten bij sommige mensen toe kan leiden" en "het was weer even een jeugdsentiment-momentje".

Vervolgens hebben we de studenten ook laten nadenken of ze nog iets gedaan hebben met hun bezoek. Willen ze vaker gaan hierdoor, denken ze er nog wel eens aan terug of gebruiken ze er iets van in hun studie?



Figuur 9: wat hebben studenten gedaan met het bezoek, enquête mbo-studenten, 753 antwoorden

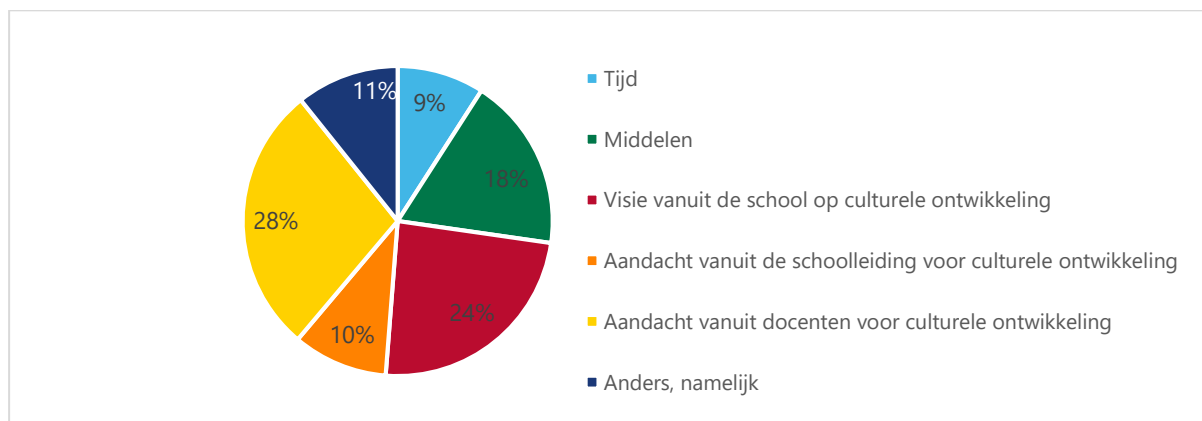
In deze antwoorden zien wij enthousiasme over de beleving van de culturele activiteit terug. Primair is het een positieve herinnering die ook de zin om nog eens te gaan opwekt. Door een vijfde van de respondenten wordt aangegeven dat zij meerwaarde ervaren hebben die zij kunnen gebruiken dan wel die hun blik veranderd heeft.

### 3.4 Belang volgens mbo-docenten

Om ook meer zicht te krijgen hoe mbo-docenten tegen culturele ontwikkeling van mbo-studenten aankijken en hoe zij de kaart al dan niet binnen hun school gebruiken, hebben wij ook een enquête gehouden onder docenten en enkele verdiepende gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van mbo's.

Vrijwel elke docent die de enquête invulde (175 van de 177) vindt culturele ontwikkeling meegeven aan mbo-studenten zeer belangrijk. Als reden wordt hier wederom genoemd dat het zo belangrijk is voor een bredere blik en het ze stimuleert buiten hun eigen kring te kijken, maar er wordt ook genoemd dat niet alle studenten dit meekrijgen vanuit huis, en het daarom des te belangrijker is dat ze hier via school wel mee in aanraking komen. Volgens de docenten is culturele ontwikkeling vooral van belang voor perspectiefverbreding. Het draagt bij aan verruimen van de blik van studenten. Het geeft studenten een bredere kijk op de maatschappij, het laat hen verder kijken dan hun eigen wereld, en het leert ze kritisch denken.

We hebben mbo-docenten gevraagd naar randvoorwaarden om studenten culturele ontwikkeling mee te geven:



Figuur 10: Randvoorwaarden om culturele ontwikkeling aan mbo-studenten mee te geven volgens docenten



De belangrijkste voorwaarde voor mbo-docenten om culturele ontwikkeling mee te geven, zit toch in het aandacht hebben vanuit de docent hiervoor, gevolgd door een visie vanuit de schoolleiding. Middelen en vooral tijd worden iets minder vaak genoemd. De respondenten die iets anders hebben ingevuld, geven nagenoeg allemaal aan dat het gaat om alle voorwaarden tezamen.

Ondanks dat culturele ontwikkeling door nagenoeg iedere respondent heel belangrijk wordt gevonden, vindt maar net iets meer dan de helft (54%) dat hun school erin slaagt deze ontwikkeling mee te geven. Dit gaat vaak over dat de school er tijd en geld voor vrijmaakt, er aandacht aan besteedt, dat er excursies worden gedaan, het geïmplementeerd is in lessen, er een visie op is, er ruimte voor wordt gemaakt binnen het vak Burgerschap. Waarom scholen er niet in slagen (46%), heeft volgens veel docenten te maken met dat er te weinig geld of tijd is, er te weinig aandacht aan wordt gegeven en het geen prioriteit heeft, en dat er geen visie op cultuuronderwijs is.

### ***Geen plek voor culturele ontwikkeling in curriculum***

Regelmatig wordt ook benoemd dat culturele ontwikkeling geen duidelijke plek in het curriculum heeft, en dat de aandacht ervoor niet structureel is, omdat het curriculum al vol zit met andere zaken. Ook uit de verdiepende gesprekken met scholen, culturele instellingen en tijdens de expertsessie, blijkt dit een complicatie.

De meeste mensen die we gesproken hebben, vinden kunst & cultuur het meest passend bij het vak Burgerschap, maar het zit niet verwerkt in de vier dimensies die bij Burgerschap horen (politiek-juridische dimensie, economische dimensie, vitaal burgerschap en de maatschappelijk-sociale dimensie). Dit zorgt ervoor dat het vaak afhankelijk is van de (visie van de) school en ook de docent zelf of culturele vorming terugkomt in de lessen. Voor sommige opleidingen is dit logisch (denk aan mode, artiest, maar ook bijvoorbeeld meubelmaker), maar voor veel opleidingen ook niet (denk bijvoorbeeld aan juridische dienstverlening).

Uit gesprekken met enkele mbo's blijkt dat er grote verschillen zitten tussen scholen, en dat er goede voorbeelden zijn. Op één van de scholen wordt het echt aangewakkerd onder de docenten om activiteiten te ondernemen, doordat in de visie van de school zit dat het een belangrijk thema is. Op twee andere scholen blijkt het niet heel veel te gebeuren, alleen als de opleidingen er zelf ruimte voor maken in de begroting of als het gaat om een opleiding die sterke binding heeft met bepaalde culturele activiteiten (zoals een mode-opleiding). Ondanks stimulering of prioritering, benoemen alle drie de scholen dat het uiteindelijk wel de vrije keus blijft van de desbetreffende colleges of opleidingen of ze iets doen aan culturele ontwikkeling.

### ***Succesvolle voorbeelden van cultuuronderwijs in het mbo***

We beschrijven enkele mooie voorbeelden van cultuuronderwijs in het mbo, benoemd gesprekken met fondsen, culturele instellingen en het onderwijs.

**Fonds21:** Na twee succesvolle rondes geeft Fonds 21 een vervolg aan de programmaregeling 'Kunsteducatie voor mbo'ers'. In mei 2019 ging een open call van start, waarmee het fonds professionele kunstinstellingen aanmoedigt om kwalitatief en toegankelijk aanbod te ontwikkelen van kunsteducatie voor jongeren die een mbo-opleiding volgen. Met de programmaregeling wil Fonds 21 ervoor zorgen dat het aantal mbo'ers dat in kunstinstellingen te vinden is, aanzienlijk zal stijgen. Fonds21 ziet mbo-studenten als enthousiast en betrokken publiek. Daarnaast stimuleert het fonds hiermee een blik achter de schermen, als inspiratie en voorbereiding op toekomstige loopbanen in de culturele sector. Het ROC van Amsterdam heeft bijvoorbeeld een project kunnen doen met Foam doordat Foam subsidie heeft ontvangen uit deze regeling.

**LKCA:** Het LKCA heeft regelmatig onderzoek verricht naar de effectiviteit van cultuureducatie in het mbo. Zo heeft het LKCA zes projecten uit de programmaregeling van Fonds21 voor het mbo geëvalueerd. Daaruit zijn succesfactoren gedestilleerd voor zowel de culturele instellingen als voor mbo-scholen als voor mbo-studenten. Het rapport dat te vinden is op de site van Fonds21, noemt de succesfactoren en bevat veel goede voorbeelden.

**ROC Mondriaan:** ROC Mondriaan heeft zelf een extra dimensie toegevoegd aan Burgerschap: de dimensie Kunst en Cultuur. Hieruit worden bewust projecten aangedragen om in te zetten in de lessen. In 2017 hebben zij ook voor de school zelf het jaar van Mondriaan georganiseerd, waarbij ze onder andere samen met het Gemeentemuseum Den Haag een tablettour hebben ontwikkeld.

**ROC van Amsterdam:** De Mode en Jean school ontwikkelt samen met modeplatform MODEMUZE museumopdrachten voor mbo-studenten voor verschillende tentoonstellingen. Ook de samenwerking met Foam is benoemd, die is gerealiseerd met middelen van Fonds21.

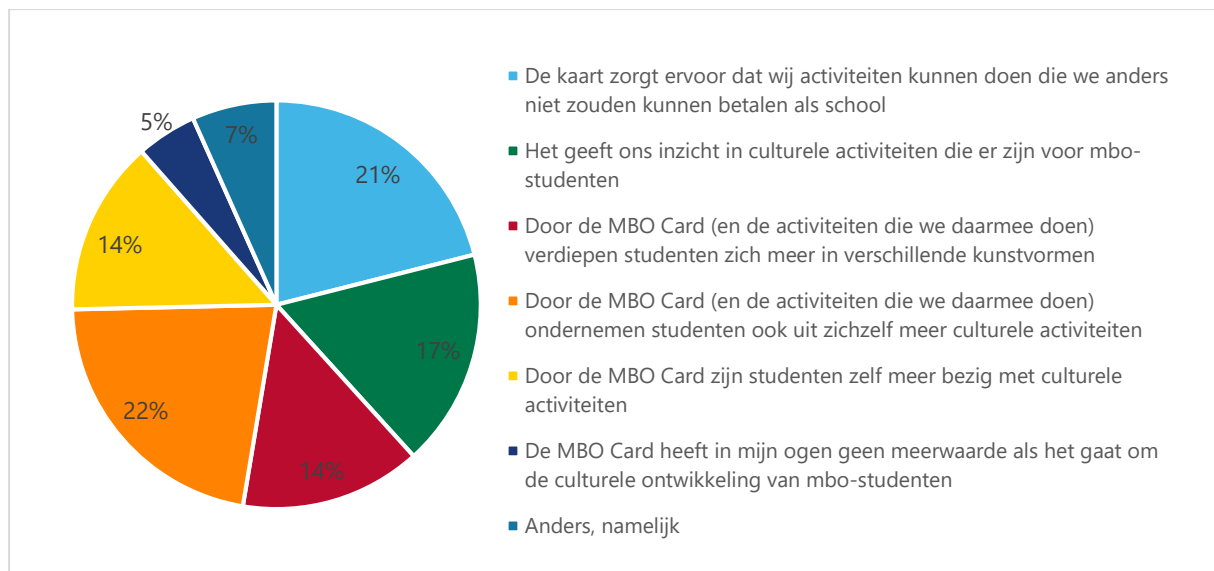
**Theater AanZ:** dit theatergezelschap uit Nijmegen brengt theatervoorstellingen die zijn toegesneden op mbo-studenten. De voorstellingen behandelen langs theatrale weg thema's waarmee mbo-studenten worstelen. Eind 2019 werkt Theater Aan Z bijvoorbeeld met 18 ROC's samen aan een voorstelling over seksuele diversiteit gekoppeld aan religie. Deze thema's worden zelden besproken binnen deze doelgroep, is de ervaring van Theater Aan Z. Naar deze voorstelling komen heel veel studenten die nog nooit naar theater zijn geweest.

### 3.5 Rol van de MBO Card in culturele ontwikkeling op school

Voor dit onderzoek is de vraag van belang in hoeverre de MBO Card een rol speelt voor scholen in het bijdragen aan culturele ontwikkeling van mbo-studenten. We hebben enkele vragen hierover gesteld in de enquête onder mbo-docenten.

De eerste vraag betreft het gebruik van de MBO Card volgens docenten. 80% van de docent-respondenten zegt de MBO Card te gebruiken binnen de school. Veel geven daarbij aan de kaart in te zetten voor bezoeken met de klassen aan museum of theater, of voor andere excursies. Er zijn ook docenten die benoemen dat de kaart vooral door de leerlingen persoonlijk wordt gebruikt; of dat de docenten zelf de docentenpas gebruiken voor eigen bezoeken. Dat de kaart wordt gebruikt binnen de school door 80% van de respondenten, betekent dus niet direct dat 80% de kaart ook daadwerkelijk inzet voor activiteiten met school. Een kwart van de docenten geeft aan *meer* culturele activiteiten te ondernemen als school sinds de beschikbaarheid van de MBO Card, volgens 28% heeft dit geen invloed gehad en het grootste gedeelte (45%) geeft aan dit niet te weten.

We hebben de docenten gevraagd naar de meerwaarde van de kaart, met de volgende opties:



Figuur 11: meerwaarde van de kaart volgens mbo-docenten die de kaart gebruiken, enquête mbo-docenten

De MBO Card blijkt meerwaarde te hebben volgens de meeste mbo-docenten. 93% van de respondenten die docent zijn op de scholen die de MBO Card gebruiken (112), vindt de MBO Card ook een geschikt middel om culturele ontwikkeling mee te geven. De meerwaarde zit in het feit dat door de MBO Card studenten uit zichzelf meer culturele activiteiten ondernemen, maar ook in dat de kaart zorgt dat er activiteiten gedaan kunnen worden die anders niet betaald kunnen worden. 5% vindt dat de MBO Card geen meerwaarde heeft.

In de verdiepende gesprekken die we met enkele mbo's hebben gevoerd, blijkt dat bij één van de scholen de kaart in ieder geval een belangrijke rol speelt in het aanbieden van culturele ontwikkeling aan studenten. De kaarten worden aan het begin van het jaar verspreid, met begeleidende brieven vanuit de communicatieafdeling richting docenten om te vertellen wat ze er mee kunnen doen. Aan het begin wordt ook bepaald waar de kaart voor wordt ingezet. De kaart is daarmee vooral een stimulans. Door deze communicatieafdeling wordt jaarlijks een bijeenkomst voor Burgerschapsdocenten gehouden, waarbij ook wordt gestimuleerd activiteiten te doen met de kaart. Voor de andere twee gesproken scholen geldt dat er bij de één wel degelijk culturele activiteiten worden gedaan met studenten, maar vaak specifiek voor bepaalde opleidingen die aan cultuur gerelateerd zijn. Die zetten de kaart al dan wel of niet in, afhankelijkheid van de bekendheid van de docent ermee. Het is in ieder geval niet breed bekend binnen de school dat de kaart ingezet kan worden. Voor de laatste school geldt dat culturele ontwikkeling überhaupt niet zo'n grote rol speelt binnen de school.

### 3.6 Bijdrage van de MBO Card aan culturele ontwikkeling

Al het voorgaande overziend, trekken we een paar conclusies over de bijdrage van de MBO Card aan de culturele ontwikkeling van mbo-studenten. We hebben de bijdrage niet kunnen meten, bij gebrek aan toetsbare definitie. Voor zover culturele ontwikkeling bestaat uit het in aanraking komen met en geraakt worden door kunst & cultuur, dan kunnen wij vaststellen dat de MBO Card daaraan bijdraagt, want:

- Minstens drie kwart van de mbo-studenten die onze enquête hebben ingevuld gebruiken de MBO Card bij het bezoeken van culturele activiteiten, en zij gaan dankzij de MBO Card ook vaker naar culturele activiteiten
- Zij worden in meerderheid inhoudelijk geraakt door culturele activiteiten die zij bezoeken; de helft beschrijft een culturele ervaring die indruk heeft gemaakt, en nog een vijfde geeft aan een leuke film te hebben gezien
- Mbo-docenten zien een duidelijke meerwaarde doordat hun studenten dankzij de MBO Card in aanraking komen met verschillende kunstvormen en ook worden geprikkeld om meer culturele activiteiten te bezoeken
- Dankzij de MBO Card komt het onderwerp culturele ontwikkeling meer onder de aandacht bij mbo-scholen

Aan de andere kant is uit de onderzoeksresultaten ook te concluderen dat de bijdrage aan culturele ontwikkeling van de MBO Card minder groot is dan de bijdrage van de Cultuurkaart in het havo en vwo. Dat heeft niet zozeer te maken met de kwaliteit van de culturele ontwikkeling, want er is toenemend geschikt aanbod voor het mbo. Maar er wordt op het mbo veel minder aan cultuuronderwijs gedaan. Er vinden maar weinig culturele activiteiten op of via mbo-scholen plaats. Culturele ontwikkeling of culturele vorming heeft geen vaste plek in het curriculum. Maar net iets meer dan de helft van de responderende mbo-docenten vindt dat hun school erin slaagt culturele ontwikkeling mee te geven. De MBO Card heeft hierin in de huidige vorm geen grote verandering teweeg kunnen brengen. Hoe dit beter kan worden, komt in het volgende hoofdstuk aan de orde.

## 4. Beleid – toekomst van de MBO Card

### 4.1 Waarborgen voor de toekomst

De derde vraag die het ministerie voor deze evaluatie heeft gesteld, is: hoe kan na afloop van de subsidieperiode het voortbestaan van de MBO Card eventueel gewaarborgd worden? Wij hebben het als antwoord op deze vraag onderzocht of er een toekomst is voor de MBO Card, en zo ja, onder welke randvoorwaarden. Dit hoofdstuk geeft in drie stappen dit antwoord, namelijk eerst of er in de toekomst behoefte is aan een impuls op culturele ontwikkeling binnen het mbo, vervolgens hoe de MBO Card daaraan kan bijdragen, en in welke vorm, en ten slotte dat financiering de belangrijkste succesfactor is voor brede cultuureducatie in het mbo, via de MBO Card.

### 4.2 Grote behoefte aan cultuureducatie in het mbo

Alle gesprekspartners, zowel uit het onderwijs als de cultuursector, geven aan dat culturele ontwikkeling voor mbo-studenten in de toekomst van groot belang is. Ook de docenten die aan onze enquête hebben meegewerkt vinden dit zeer belangrijk, zo blijkt ook uit het vorige hoofdstuk. Redenen die hiervoor vaak worden genoemd zijn:

- Mbo-studenten hebben in hun beroepspraktijk veel creatief vermogen nodig
- De invulling van hun toekomstige beroepen is nog ongewis, maar vereisen in elk geval 21-st century skills
- Zij verdienen een ruime en open blik op de steeds meer diverse samenleving
- Uit andere onderzoeken blijken mbo-studenten minder culturele ontwikkeling van huis uit mee te krijgen

Studenten die eerst vmbo hebben gevolgd en daarna het mbo volgen, krijgen in hun schoolloopbaan aanzienlijk minder gelegenheid voor culturele ontwikkeling dan hun leeftijdsgenoten die havo of vwo volgen. Dat begint al in het vmbo, waar door met name het kleiner aantal lesjaren maar ook door de inhoudelijke invulling van het curriculum de kennismaking met cultuur & creativiteit, zeker ook buiten de eigen school, beperkter is. Er wordt gesteld dat een vmbo-mbo-leerlijn maar een kwart tot een derde van de uren bevat voor culturele vorming ten opzichte van de culturele vorming op het havo en vwo. Gesprekspartners vinden het problematisch dat dit verschil de tweedeling in de maatschappij tussen hoger en middelbaar opgeleiden verder zal vergroten.

Er zijn diverse oorzaken waarom cultuureducatie voor mbo-studenten achterblijft bij het voortgezet onderwijs:

- Er is geen verplicht cultureel vak binnen het mbo-curriculum, zoals CKV dat in het havo en vwo wel is
- Cultuur & creativiteit zijn slechts impliciet onderdeel van het vak Burgerschap, dit is niet specifiek benoemd
- Cultuur & creativiteit hebben lang niet op alle scholen prioriteit en aandacht van directie en docenten
- Er zijn praktische en financiële drempels voor het besteden van aandacht aan cultuur & creativiteit in het mbo

### 4.3 Toegevoegde waarde voor het mbo

Zoals al uit de vorige hoofdstukken blijkt, heeft de MBO Card in de huidige vorm bovenal de functie van een kortingskaart. Hij wordt vooral door studenten in de vrije tijd gebruikt, en af en toe door docenten die de studenten uit zijn klas niet te veel wil laten betalen. Op deze manier is de kaart eigenlijk niet meer dan een cultureel jongerenpaspoort, dat gratis wordt uitgereikt aan mbo-studenten. De kaart voegt volgens een aantal gesprekspartners in deze vorm weinig toe aan cultuureducatie binnen het mbo zelf, dus in schoolverband. Ook uit de succesvolle voorbeelden die zijn opgesomd in hoofdstuk 3 hoe cultuureducatie in het MBO wel vorm krijgt, blijkt dat de mogelijkheid om de MBO Card hierbij te gebruiken maar beperkt een rol heeft gespeeld. Wel heeft het CJP met de MBO Card gezorgd voor meer aandacht voor cultuureducatie in het mbo. Mbo-scholen worden via de MBO Card gestimuleerd om cultuureducatie vorm te geven. Daar zit een praktische kant aan: via de kaart kunnen administratieve en communicatieve handelingen worden verricht. Het CJP kan deze handelingen verrichten. Daarmee worden scholen en culturele instellingen ontzorgd. Bovendien verkrijgt het CJP daardoor veel informatie over cultureel (bezoek)gedrag van studenten, wat beleidsmatig waardevol is.

### **Meer handvatten nodig voor inzet van MBO Card**

Het blijkt dat het gebruik en inzet van de kaart binnen de school nog flink gestimuleerd kunnen worden. Impact van de kaart kan groeien wanneer scholen meer aandacht besteden aan het verspreiden van kennis over de kaart: studenten het bestaan ervan laten zien (posters, flyers, berichten op de internetpagina's etc.), maar ook door bijvoorbeeld voorlichting te geven aan docenten wat er met de kaart allemaal mogelijk is en hoe het gekoppeld kan worden aan de lessen. Eén van de scholen geeft bijvoorbeeld advies aan hun docenten om de kaart gezamenlijk met de studenten te activeren en er zijn winacties voor studenten die de kaart activeren. Hier ligt volgens de gesprekspartners een rol voor de scholen zelf, maar zij benoemen dat het hen zou helpen als ze hiervoor handvatten aangeboden krijgen. Bijvoorbeeld door hulp met informatiemateriaal voor communicatie, of ondersteuning van de contactpersoon bij het overbrengen van de mogelijkheden van de kaart onder de docenten. Alleen al de vraag voor een gesprek in het kader van dit onderzoek binnen één van de mbo's, heeft geleid tot meerdere gesprekken intern bij deze school over hoe ze de MBO Card beter kunnen benutten. Onbekend maakt dus onbemind.

De MBO Card is geen wondermiddel om alle oorzaken aan te pakken. De MBO Card is een zetje in de goede richting op dit moment, omdat de kaart op zijn manier aandacht geeft aan het belang van cultuur in het mbo. Er is veel meer nodig voor succesvolle cultuureducatie in het mbo. Een belangrijke succesfactor die hiervoor genoemd is, is een logische inbedding in het curriculum, door culturele ontwikkeling expliciet op te nemen in Burgerschap. De MBO Card kan wel drempels verlagen. Volgens gesprekspartners is elk middel om cultuureducatie in het mbo te stimuleren een duw in de goede richting, dus ook de MBO Card. De MBO Card zou alleen al moeten blijven bestaan, om letterlijk culturele ontwikkeling in het mbo op de kaart te zetten. Daar verwijst de titel van dit rapport dan ook naar.

### **4.4 Financiering als voornaamste succesfactor**

De belangrijkste voorwaarde voor een toekomst van een MBO Card met toegevoegde waarde is de financiering. Op het moment dat de MBO Card voorziet in de kosten van culturele activiteiten voor scholen, is een belangrijke drempel weggenomen voor docenten die culturele ontwikkeling een plek willen geven in de schoolpraktijk. De gesprekspartners benoemen dat het grote verschil tussen de Cultuurkaart voor het voortgezet onderwijs en de MBO Card bestaat uit het budget dat op de Cultuurkaart staat. Het budget op de Cultuurkaart kan door scholen in het voortgezet onderwijs worden besteed aan cultuureducatieve activiteiten, binnen en buiten de school. De scholen worden gevraagd het budget dat door het Ministerie van OCW van € 5 per leerling op de Cultuurkaart wordt gezet te matchen met € 10 per leerling, waardoor er voor de leerlingen in het voortgezet onderwijs van deelnemende scholen per jaar € 15 beschikbaar is voor cultuureducatie. Dit vereist wel dat scholen dit budget moeten vrijmaken uit hun lumpsum-financiering.

#### ***Budget per leerling van OCW***

Er zijn volgens DUO in Nederland nu bijna 500.000 mbo-studenten. Eenzelfde budget op de MBO Card zetten als op de Cultuurkaart staat, namelijk € 5 per student, kost het Ministerie van OCW dus maximaal € 2,5 mln. per jaar. Als alle scholen meedoen voor alle leerjaren, is er dan dankzij cofinanciering van de scholen van € 10 per student, op dezelfde basis als de Cultuurkaart, een budget beschikbaar voor cultuureducatie in het mbo van € 7,5 mln. per jaar. Een andere keuze die kan worden gemaakt is om het budget op de MBO Card te beperken tot dezelfde leeftijdsgroep als die in het voortgezet onderwijs wél de Cultuurkaart ontvangt, dus de eerste twee leerjaren in het mbo. Dan worden vooral 16 tot 18-jarigen bereikt, de groep waarvoor startkwalificatie geldt, dus circa 250.000 leerlingen volgens gegevens van DUO. Dat leidt tot een benodigd budget van € 1,25 mln. per jaar vanuit het Ministerie van OCW en een totaalbudget voor twee leerjaren cultuureducatie in het mbo van € 3,75 mln. per jaar.

### ***Brede cofinanciering van initiatieven***

Zoals uit de succesvolle voorbeelden in het vorige hoofdstuk blijkt, helpt het wanneer private en publieke fondsen bijdragen aan de organisatie en vooral de financiering van cultuureducatie in het mbo. De schaal waarop dit kan worden gerealiseerd, is afhankelijk van de draagkracht van de betreffende fondsen en de mate waarin andere partijen cofinancieren. Andere partijen kunnen scholen zijn, culturele instellingen (hoewel de middelen juist vaak daar worden besteed) maar bijvoorbeeld ook overheden. Dit biedt een andere opening voor het ministerie om cultuureducatie in het mbo te cofinancieren, namelijk via een matching van die initiatieven. De omvang van het door het ministerie beschikbaar te stellen budget hangt dan af van de mate waarin het veld zelf met initiatieven komt.

### ***Gelijke kansen leidend principe voor breed budget***

Nadeel van deze constructie is dat het budget dan slechts ter beschikking komt van partijen die zelf initiatiefnemers en daarmee voorlopers zijn. Dat draagt niet bij aan gelijke kansen binnen het mbo voor cultuureducatie. Toen wij hierover met de directeur van Fonds21 spraken, gaf zij aan dat het ministerie zich dient in te spannen om voor de gehele populatie van mbo-studenten te zorgen, niet alleen de voorhoede te stimuleren. Juist met het oog op verbindingen in de samenleving, ook in minder bediende regio's heeft het ministerie in haar ogen een grote verantwoordelijkheid te nemen om cultuureducatie in het mbo te stimuleren.

Onze gesprekspartners stellen in het algemeen dat het Ministerie van OCW de drager moet zijn voor breed bereik van cultuureducatie door het investeren erin en beschikbaar stellen van budget voor cultuureducatie, wellicht via de MBO Card. Dat budget zou, volgens gesprekspartners waaronder het Ministerie van OCW zelf, moeten komen vanuit de onderwijsverantwoordelijkheid van het ministerie. Er lijken in het cultuurbudget geen middelen voor. Maar tegelijkertijd benoemt de Minister van OCW, Van Engelshoven, in haar Uitgangspunten voor het nieuwe cultuurbeleid 2021-2024, dat dit kabinet wil investeren in goed cultuuronderwijs. Zij stelt: "met het programma *Cultuureducatie met Kwaliteit*, de Cultuurkaart, de VMBO-regeling en de MBO Card bereiken we alle leeftijden. De komende periode hebben vooral kansengelijkheid en integraal cultuuronderwijs mijn aandacht. Ik zie goede mogelijkheden om cultuur en gelijke kansen te verbinden. De sociale of economische achtergrond van een leerling mag geen belemmering zijn. Daarom wil ik meer aandacht voor scholen die het moeilijk vinden goed cultuuronderwijs te geven." Het appel vanuit het veld dat uit dit onderzoek naar voren komt, sluit sterk aan bij het beleid zoals het in de Uitgangspunten is weergegeven. Het veld stelt dat het Ministerie van OCW het aan zijn stand verplicht is te investeren in culturele ontwikkeling en artistiek-creatief vermogen van mbo-studenten.

## Bijlage – gesprekspartners

- Ministerie van OCW, directie MBO – Vincent Gerez en Stephanie Felius
- Ministerie van OCW, directie Erfgoed & Kunsten – Riet de Leeuw
- CJP – Walter Groenen, Anneke van der Vaart, Jennet Sintenie, Marije Kuijs
- LKCA – Rozemarijn Schouwenaar en Huub Braam
- KCR – Clara Linders
- Theater aan Z – Hester Klein Tijssink
- JOB – Jurgen van der Hel, Sem Veen en Tirza Scholtens
- MBO Raad – Jan Faber
- Fonds21 – Marie H el ene Cornips en Mathilde Heijns
- VSBfonds – Martine Consten
- ROC Mondriaan – Ivette Fleming
- Drenthe College – Karin Stoffers
- ROC van Amsterdam – Hans Bijlsma (MBO College Centrum)
- ROC van Amsterdam – Sandra Poorthuis (MBO College Zuid)
- ROC van Amsterdam – Heleen Vink (Mode en Jean School)