

**Meerwaarde en
arbeidsmarktrelevantie
creatief profiel opleiding
CMV van de HAN**

In opdracht van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Jos Frietman
Joost van der Horst

Nijmegen, april 2012

Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt

© 2012 Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt, Nijmegen

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen, zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van het Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt te Nijmegen.

No part of this book/publication may be reproduced in any form, by print, photo print, microfilm or any other means without written permission from the publisher

Inhoudsopgave

1	Inleiding, vraagstelling en onderzoeksaanpak	4
1.1	Inleiding	4
1.2	Vraagstelling	4
1.3	Onderzoeksaanpak	5
1.4	Opbouw rapportage	6
2	Profiel	7
2.1	Beroepsprofiel van de CMV'er	7
2.2	Creatief profiel van de opleiding CMV van de HAN: inzet KSA	8
2.3	Structuur van de opleiding CMV van de HAN	9
3	Onderzoeksresultaten: meerwaarde creatief profiel op arbeidsmarkt	11
3.1	Steekproeftrekking en respons	11
3.2	Resultaten enquête	14
4.	Samenvatting, conclusie en aanbeveling	26

1 Inleiding, vraagstelling en onderzoeksaanpak

1.1 Inleiding

De opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming (CMV) leidt studenten op voor verschillende beroepen en functies op het gebied van welzijn, samenlevingsopbouw en culturele vorming. CMV-professionals zijn dienstverlenend aan burgers (individuen, groepen, samenlevingsverbanden, organisaties, publiek) bij de vormgeving van hun maatschappelijke en culturele participatie. Als dienstverlener is de CMV'er gericht op de ontwikkeling van zelfwerkzaamheid, zelfsturing en zelforganisatie. Bij de sociaal-culturele dienstverlening zijn drie vormen te onderscheiden: interveniëren, ondersteunen en faciliteren. Meestal gaat het om een combinatie van deze drie (Landelijk Opleidingsprofiel CMV, 2009: p. 25).

De opleiding CMV van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) is één van de veertien CMV-opleidingen in Nederland. De Nijmeegse CMV-opleiding onderscheidt zich van de andere door de focus op Kunstzinnige en Sportieve Activiteiten (KSA) als agogisch instrument. Omdat KSA kan bijdragen aan het vergroten van de creativiteit en het probleemoplossend vermogen, worden ze ook wel creatieve activiteiten genoemd. In het verlengde daarvan wordt ook wel gesproken van een '*creatief profiel*'.

Bij de opleiding CMV van de HAN leeft van oudsher de overtuiging dat het creatief profiel een meerwaarde heeft voor het opleiden én de uitoefening van het beroep van CMV'er. De HAN heeft voor een gefundeerde onderbouwing van het creatief profiel behoefte aan een onderzoek naar de arbeidsmarktrelevantie. Het Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt (KBA) heeft dat onderzoek uitgevoerd. Dit rapport bevat de uitkomsten van het onderzoek.

1.2 Vraagstelling

Het onderzoek moet in de kern uitwijzen of en in hoeverre het werkveld meerwaarde ziet in het creatief profiel. Daarvoor is eerst onderzocht of het werkveld dit creatief profiel herkent, in welke vorm(en) het voorkomt en hoe het wordt toegepast.

Daarnaast is ook het oordeel van het werkveld over de aansluiting van de opleiding CMV van de HAN (i.c. van door de HAN opgeleide CMV'ers) op de beroepspraktijk onderzocht. De volgende twee onderzoeksvragen staan centraal:

1. In hoeverre herkent het werkveld het creatief profiel?
2. In hoeverre waardeert het werkveld dat de HAN CMV studenten met een creatief profiel opleidt?

Deze onderzoeksvragen kunnen als volgt nader worden gespecificeerd.

1. In welke vorm komt het creatief profiel voor in de beroepspraktijk en hoe wordt het toegepast?
2. Wordt er door het werkveld een meerwaarde toegekend aan CMV'ers met een creatief profiel?
3. Bestaat er binnen het werk / op de arbeidsmarkt behoefte aan CMV'ers met een creatief profiel?
4. Hoe kan de behoefte nader worden getypeerd en worden onderbouwd?
5. Hoe oordeelt het werkveld over de aansluiting van de opleiding CMV van de HAN, i.c. van door de HAN opgeleide CMV'ers bij die behoefte? Welke ervaring heeft men met het aantrekken en inzetten van door de HAN opgeleide CMV'ers met een creatief profiel?

1.3 Onderzoeksaanpak

In het onderzoek zijn de volgende vier activiteiten uitgevoerd:

- I. Het ontwikkelen van het onderzoeksinstrument.
- II. Het aanmaken van het adressenbestand.
- III. De enquête onder arbeidsorganisaties.
- IV. De analyse en rapportage.

Activiteit I: Ontwikkelen onderzoeksinstrument

Het onderzoeksinstrument bestaat uit twee delen, te weten:

1. Een deel waarin ingedikte versies van het beroepsprofiel van de CMV'er, het creatief profiel van de opleiding CMV van de HAN en de structuur van de opleiding worden beschreven. Deze beschrijvingen zijn, in overleg met de HAN, opgesteld op basis van het opleidingsprofiel Culturele en Maatschappelijke Vorming: *Alert en Ondernemend 2.0* en op het *Opleidingsprofiel 2012-2015* van CMV van de HAN.
2. De (sterk voorgestructureerde) vragenlijst zelf.

Topics met betrekking tot het creatief profiel zijn:

- de mate waarin het profiel in de beroepspraktijk van CMV'ers voorkomt (geïnstitutionaliseerd in de vorm van (instellings specifieke) functieprofielen en/of anders);
- het aantal functionarissen met creatief profiel (aandeel van het totaal aantal CMV'ers)
- de waardering voor en meerwaarde van het creatief profiel;
- de opvattingen van werkgevers/managers over de match tussen de behoefte aan het creatief profiel en het opleiding CMV van de HAN.

Activiteit II: Aanmaken adressenbestand

Er is een namen- en adressenbestand van informanten (werkgevers/managers of P&O-functionarissen) van relevante arbeidsorganisaties/instellingen voor de enquête aangelegd. De namen, e-mailadressen en telefoonnummers van informanten van de te enquêteren instellingen zijn aangeleverd door de HAN. Er is uitgegaan van een netto respons van ca. 75 instellingen. Op basis van ervaringen in soortgelijk onderzoek is een bruto steekproef van ca. 200 instellingen samengesteld.

Activiteit III: Enquête onder arbeidsorganisaties

De gegevens zijn verzameld door middel van een telefonische enquête onder arbeidsorganisaties uit het werkveld van de opleiding CMV. Voorafgaande aan de enquête is de

vragenlijst, met inbegrip van het beroepsprofiel van de CMV'er, het creatief profiel van de opleiding CMV van de HAN en de structuur van de opleiding per e-mail toegestuurd aan de respondenten.

Activiteit IV: Analyse en rapportage

Op basis van de uitkomsten van bovenstaande is onderhavig eindrapport opgesteld waarin ingegaan wordt op de meerwaarde van het creatief profiel. De eerder geformuleerde onderzoeksvraag, uiteengelegd in een aantal deelvragen, wordt in concluderende zin beantwoord.

1.4 Opbouw rapportage

Het rapport is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 bevat de ingedikte versies van het beroepsprofiel van de CMV'er, het creatief profiel van de opleiding CMV en de structuur van de opleiding van de HAN. In hoofdstuk 3 staan de uitkomsten van de enquête. Hoofdstuk 4 bevat tenslotte de conclusies van het onderzoek.

2 Profiel

2.1 Beroepsprofiel van de CMV'er

CMV staat voor culturele en maatschappelijke vorming, een vak dat kan worden uitgeoefend binnen verschillende beroepsterreinen. Een CMV'er levert een bijdrage aan de leefbaarheid van de samenleving door mensen te stimuleren actief deel te nemen aan hun sociale, culturele en maatschappelijke omgeving.

De CMV'er werkt overal waar mensen sociaal en/of culturele activiteiten ontplooiën: in gesubsidieerde instellingen of organisaties, bij de overheid of nongouvernementele organisaties (NGO's), in commerciële bedrijven of als zelfstandig ondernemer. De CMV'er brengt mensen op projectmatige basis en op creatieve wijze bij elkaar en daagt hen uit om actief mee te doen aan het maatschappelijke en sociale leven. Hiermee ondersteunt de CMV'er mensen en organisaties bij hun persoonlijke, sociale en maatschappelijke ontwikkeling. De CMV'er profileert zich als bruggenbouwer. Dit alles met als doel mensen te ondersteunen en te begeleiden om hun culturele en maatschappelijke leven vorm te geven en sociale en maatschappelijke uitsluiting te voorkomen. De dienstverlening kent drie vormen: interveniëren, ondersteunen en faciliteren. CMV is interactief en contextgebonden en de professionele focus is daarom altijd gericht op de ontwikkeling van zelfwerkzaamheid, zelfsturing en zelforganisatie.

Het werk van de CMV'er heeft een publiek karakter. Hij werkt in en vanuit de publieke ruimte. Ook naar inhoud en vorm zijn de professionele inspanningen gericht op de publieke zaak. De CMV'er zet zich in voor de leefbaarheid van de samenleving. Dat is de maatschappelijke opdracht die hij heeft meegekregen. Een CMV'er kan de gemeenschap alleen maar leefbaarder maken wanneer alle betrokkenen daar hun bijdrage aan kunnen leveren. Daarom werkt hij op de eerste plaats aan de versterking van de competenties die mensen in staat stellen zich staande te houden en hun leven beter vorm te geven. Dat doet hij door individuen, groepen, gemeenschappen en organisaties uit te dagen deel te nemen aan culturele en sociale activiteiten en projecten. Door mensen uit te nodigen tot actieve deelname, versterkt de CMV'er de integratie van individuen en groepen in de samenleving en bestrijdt hij sociale en culturele uitsluiting. In het directe contact met burgers (deelnemers, klanten) vervult hij als agogisch dienstverlener een aantal rollen: hij informeert, adviseert, stimuleert, brengt structuur aan en maakt leren mogelijk. Daarnaast is hij een netwerker en waar nodig bemiddelt hij tussen verschillende groepen, partijen en organisaties.

De CMV'er gaat methodisch te werk. Het professionele handelen is doelgericht, planmatig en systematisch, en tegelijk ethisch en maatschappelijk verantwoord. De CMV'er zet burgers aan tot een actieve en verantwoordelijke deelname aan de maatschappij en zorgt daarbij voor evenwicht tussen individuele, culturele en sociale aspecten. Het gaat daarbij om het leggen van verbindingen, onder meer tussen leren, vrije tijd, belangenbehartiging, zelforganisatie en cultuurproductie en -consumptie.

De beroepstaken van de CMV'er

1. Ontwerpen, organiseren en uitvoeren van activiteiten

Zowel ontwerpen, organiseren en begeleiden van activiteitenprogramma's met een groep als ontwerpen, organiseren en uitvoeren van activiteiten voor een groot aantal mensen, vaak eenmalig.

2. Ondersteunen en verbinden van individuen, groepen en organisaties

Ondersteunen van individuen en groepen (belangengroepen, belangenorganisaties) in eigen initiatieven en als intermediair fungeren tussen individuen, groepen of organisaties.

3. Kwaliteitsverbetering en beleidsontwikkeling

Werken binnen een kwaliteitszorgplan en -systeem van een organisatie; daaraan kunnen bijdragen; onderzoeken van de kwaliteit van de dienstverlening; verbeteracties bedenken en realiseren. Intervisie, consultatie, enzovoort. Werken vanuit beleid van de organisatie, dit concretiseren naar de eigen afdeling of unit en daarvoor eigen beleid maken; bijdragen vanuit de eigen werkplek aan het beleid van de organisatie. Analyseren van maatschappelijke achtergronden van (overheids)beleid en de consequenties daarvan meenemen in (bijdragen aan) het beleid en het werk.

4. Leiding en begeleiding geven

Leiding geven aan collega's, vakgroepen, teams, stagiaires, vrijwilligers. Leiding geven bij (kleinere) projecten, netwerken, enzovoort. Werkplanningen en roosters maken, aanspreken van medewerkers op functioneren, besprekingen leiden, enzovoort. Tevens geven van (werk)begeleiding aan collega's, vrijwilligers en stagiaires.

5. Onderzoek en Innovatie

Op basis van onderzoek voorstellen doen voor productontwikkeling of -vernieuwing, methodiekontwikkeling of -vernieuwing, beleidsontwikkeling of -vernieuwing.

2.2 Creatief profiel van de opleiding CMV van de HAN: inzet KSA

De opleiding CMV in Nijmegen kent een eigen, specifieke invulling van dit algemene beroepsprofiel. Bij de invulling zijn doelen en taken van de CMV'er ongewijzigd gebleven. Wel is er gekozen voor de inzet van andere middelen bij het bereiken van de beroepsdoelen en het uitvoeren van de beroepstaken. Een in Nijmegen opgeleide CMV'er maakt met name gebruik van *Kunstzinnige en Sportieve Activiteiten* (KSA) bij het bevorderen van de participatie van cliënten in de maatschappij.

Kunstzinnige activiteiten zijn activiteiten, die zijn gerelateerd aan kunstdisciplines zoals beeldende kunst, theater, film, fotografie, muziek, dans en literatuur. Bij sportieve activiteiten is sprake van lichamelijke en/of mentale inspanning bij sport en spel. KSA doen een appèl op hoofd, hart en handen, ofwel op het cognitieve, het emotionele en het fysieke. KSA scheppen ruimte om te onderzoeken, te experimenteren, te leren en te communiceren en zo te komen tot ontplooiing, tot nieuwe ervaringen en oplossingen. KSA zijn zowel tijdens de opleiding belangrijk voor de student zelf (het zogenaamde *leer- of opleidingsperspectief*) als ook later bij de beroepsuitoefening (het *beroepsperspectief*).

Vanuit het *opleidingsperspectief* beredeneerd zijn de KSA-vakken belangrijk, omdat ze een beroep doen op de verbeeldingskracht, het improvisatievermogen en de inleving van de student. Het gaat in dat geval om competentieontwikkeling bij de student zelf. KSA geven de

mogelijkheid om anders tegen jezelf, de ander, de leefomgeving en de samenleving aan te kijken. Het verruimt de blik. KSA vragen om een andere taal: lichaamstaal, beeldtaal en muziktaal. Kortom: KSA nodigen uit tot creativiteit, werken aanstekelijk, uitnodigend, uitdagend en kunnen drempels verlagen.

Bezien vanuit het *beroepsperspectief* wordt het belang van KSA duidelijk door het gegeven dat CMV zich beroepsmatig meestal afspeelt bij activiteiten als ontmoeting, communicatie, ontplooiing, leren en expressie. KSA kunnen mensen (i.c. cliënten) aanzetten tot spel, in de ruime betekenis van het woord: spel met woord en gebaar, met beelden, met beweging, met muziek. Spel in de zin van spontaan gedrag, vanuit een intrinsieke motivatie. Spel kan ook een doel op zich zijn, bijvoorbeeld in de recreatie. Via spel kunnen agogische doelen bereikt worden, onder andere omdat spelers de realiteit kunnen nabootsen: experimenteren en oefenen, alleen of samen met anderen. In het beroep zijn KSA belangrijk bij het ondersteunen en verbinden van individuen en groepen binnen de samenleving, het vergroten van de participatie, het ontwikkelen van competenties en het vormgeven van de leefomgeving.

2.3 Structuur van de opleiding CMV van de HAN

De opleiding CMV van de HAN is een vierjarige Bacheloropleiding. De opleiding omvat een propedeuse (het eerste studiejaar) en een hoofdfase van drie jaar. De opleiding kent een voltijd-, deeltijd- en een Duitse deeltijdvariant. De voltijd-variant start zowel in september als in februari. De opleiding bestaat uit een major en minor programma. De major, waarin de beroepscompetenties worden ontwikkeld, beslaat drieënhalf jaar. In de minor van een half jaar kan de student zijn beroepscompetenties verbreden of verdiepen om zich in de beroepsuitoefening te profileren. De keuze voor de minor is dus afhankelijk van de ambities en talenten van de student.

De opleiding is thematisch en integratief van opzet. De basis van het curriculum wordt gevormd door de vijf eerder aangegeven, en aan de beroepspraktijk ontleende, beroepstaken. Deze taken zijn thematisch uitgewerkt in onderwijseenheden. In iedere onderwijseenheid vormen beroepsopdrachten ondersteund met theorie- en vaardigheidsonderwijs het uitgangspunt,.

Opdrachten vinden plaats op school en in de praktijk. Praktijkopdrachten tijdens de propedeuse geven zicht op te verwerven kennis en kunde en de latere beroepsuitoefening. Ook in de hoofdfase staat de praktijk centraal. In het eerste jaar van de hoofdfase voert de student de beroepstaak '*ontwerpen, organiseren en uitvoeren van activiteiten*' uit tijdens een stage, waarbij zowel een groep wordt begeleid als een grootschalig evenement wordt voorbereid en uitgevoerd. Onderwijseenheden, die niet gekoppeld zijn aan de stage, hebben altijd een praktijkcomponent door bijvoorbeeld gebruik te maken van casuïstiek uit de praktijk.

In jaar drie van de hoofdfase is er een stage van één jaar, die eventueel wordt opgedeeld in twee keer een half jaar, en de onderwijseenheid 'Onderzoek & Innovatie'. Hierin ontwerpt de student op basis van onderzoek een nieuw product in opdracht van een organisatie uit het werkveld.

In de deeltijdvariant staat het leren op de werkplek centraal. Leren op de werkplek is een actief proces van competentieverwerving en het resultaat van de uitvoering van beroepstaken, het oplossen van problemen die zich binnen de beroepssituatie voordoen én de reflectie daarop.

Parallel aan de beroepstaken in de onderwijseenheden werken studenten in een lintprogramma aan hun studievaardigheden en professionele ontwikkeling.

3 Onderzoekresultaten: meerwaarde creatief profiel op arbeidsmarkt

Om zicht te krijgen op de vraag in hoeverre het werkveld het waardeert dat de HAN CMV studenten met een creatief profiel opleidt is een enquête gehouden onder respondenten uit het relevante werkveld. De enquête is gebaseerd op het beroepsprofiel van de CMV'er, het creatief profiel van de opleiding CMV en de structuur van de opleiding van de HAN.

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de enquête besproken. Voorafgaande aan de bespreking van de resultaten zal worden ingegaan op de steekproeftrekking en de respons.

3.1 Steekproeftrekking en respons

Steekproeftrekking

De HAN heeft 802 contactgegevens aangeleverd van informanten van relevante arbeidsorganisaties/instellingen voor de enquête.

Om de enquête efficiënt te laten verlopen is voorafgaande aan de telefonische enquête de vragenlijst, met inbegrip van het beroepsprofiel van de CMV'er, het creatief profiel van de opleiding CMV en de structuur van de opleiding van de HAN, per e-mail toegestuurd aan de respondenten.

Organisaties waarvan e-mailadressen onbekend zijn, zijn om die reden verwijderd uit het databestand. Het ging hierbij om 224 organisaties. Uit controle van de gegevens van de resterende 578 organisaties bleek dat 20 organisaties dubbel voorkwamen. Ook deze organisaties zijn uit het bestand verwijderd.

Ook de Duitse organisaties zijn uit praktische overwegingen uit het bestand verwijderd. Na deze bewerkingen van het bestand bleven er 480 organisaties over.

Tabel 3.1 laat zien dat de verdeling van de organisaties naar provincie niet evenredig is. Er is een duidelijke kern van het voedingsgebied waar te nemen (de provincie Gelderland).

Tabel 3.1 – Indeling organisaties naar provincie

Provincie	N (= aantal)	Percentage
Flevoland	1	0% (0,2%)
Gelderland	290	60%
Limburg	21	4%
Noord-Brabant	91	19%
Noord-Holland	8	2%
Overijssel	16	3%
Utrecht	49	10%
Zuid-Holland	4	1%
Totaal	480	100%

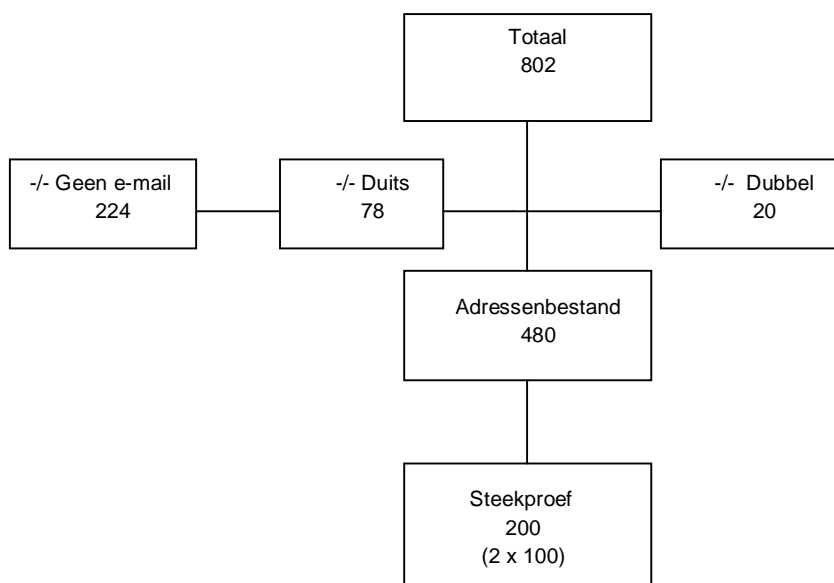
Er is uitgegaan van een netto respons van ca. 75 instellingen. Op basis van ervaringen in soortgelijk onderzoek is om deze respons te realiseren een aselechte steekproef getrokken van 200 organisaties waarbij gestratificeerd is naar regio. Het bestand is opgedeeld in 2 groepen: de kern van het voedingsgebied (Gelderland) en de resterende provincies (zie tabel 3.2).

Tabel 3.2 – Regio indeling adressenbestand

Regio	Percentage	N
kern voedingsgebied HAN	60%	290
randgebied	40%	190
Totaal	100%	480

Per groep zijn 100 organisaties aselekt getrokken. Bovenstaande bewerkingen, met als eindresultaat de steekproef van 200 organisaties, zijn schematisch weergegeven in figuur 3.1.

Figuur 3.1 – Overzicht bewerkingen adressenbestand



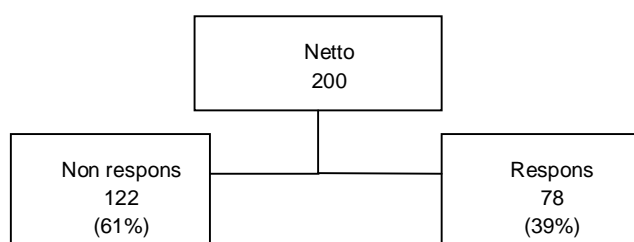
Tijdens de telefonische enquête bleek een aantal respondenten feitelijk buiten de populatie te vallen (niet meer werkzaam bij betrokken organisatie, foutieve adressering, organisaties die inmiddels niet meer bestaan, enzovoort). Daarnaast konden 27 organisaties niet bereikt worden via e-mail. Om toch het beoogde aantal van circa 75 respondenten te halen, is de steekproef

daarom in het beginstadium aangevuld met 27 nieuwe, a-selecte organisaties uit het adressenbestand.

Respons

Er hebben uiteindelijk 78 organisaties meegewerkt aan het onderzoek. De behaalde respons (van de netto steekproef) is 39 procent. De telefonische enquête bood de mogelijkheid om een indruk te krijgen van de redenen voor non-respons (bekend voor 45 procent van de non-respons). Deze redenen komen hoofdzakelijk neer op geen interesse en te druk/geen tijd. Figuur 3.2 geeft een overzicht van de non-respons en de respons verdeling.

Figuur 3.2 – Overzicht respons



De tabellen 3.3 tot en met 3.5 bevatten een nadere typering van de respondenten.

De verdeling naar regio (tabel 3.3) wijkt licht af van de verdeling van de steekproef, maar dit verschil is niet significant.¹

Tabel 3.3 – Groepsindeling respons

Regio	Percentage respons	Percentage steekproef
kern voedingsgebied HAN	58%	50%
randgebied	42%	50%
Totaal (= 100%)	N=78	N=200

In tabel 3.4 staat de verdeling naar sector en regio van de 78 organisaties die aan het onderzoek hebben deelgenomen. De sector gezondheid, zorg & welzijn is het sterkst vertegenwoordigd. Deze sector bestaat onder andere uit ziekenhuizen, revalidatieklinieken en organisaties of instellingen gericht op gehandicaptenzorg, welzijnswerk, buurtwerk of kinderopvang. Welzijnswerk- en/of buurtwerkinstellingen vormen ruim de helft van deze groep. De sectoren (regulier) onderwijs en overheid zijn het minst vertegenwoordigd.

Opvallend is het grote verschil tussen het kernvoedingsgebied en het randgebied voor wat betreft de sector kunst & cultuur. Deze sector vormt in het randgebied meer dan de helft van de groep, terwijl deze sector in het kernvoedingsgebied slechts 13 procent van het totaal is. Het

¹ Chi kwadraat: 1,846. P-waarde: 0,174.

zou kunnen dat deze verdeling overeenkomt met de verdeling zoals die ook voor de populatie geldt. In het aangeleverde adressenbestand van de HAN ontbreken echter de benodigde gegevens om dit te controleren.

Tabel 3.4 – Overzicht respondenten naar sector en regio

Sector	kernvoedingsgebied	randgebied	Totaal
gezondheid, zorg & welzijn (G,Z&W)	58%	33%	47% (N=37)
kunst & cultuur (K&C)	13%	55%	31% (N=24)
toerisme/recreatie	18%	9%	14% (N=11)
regulier onderwijs	4%	3%	4% (N=3)
Overheid	7%	-	4% (N=3)
Totaal (= 100%)	N=45	N=33	N=78

De omvang van de onderzochte organisaties varieert van 2 tot 1300 fte's. Door een paar uitschieters aan de bovenkant bedraagt de gemiddelde personele omvang 83 fte's. De mediaan ligt echter bij 10 fte's. Het gaat dus vooral om de wat kleinere organisaties.

De gemiddelde personeelsomvang verschilt tussen de diverse sectoren. Bij de overheid en in de sector gezondheid, zorg & welzijn zijn de organisaties het grootst met respectievelijk 524 en 115 fte's. In de sectoren onderwijs (gemiddeld 12 fte's), toerisme (gemiddeld 11 fte's) en kunst & cultuur (gemiddeld 17 fte's) gaat het om kleinere organisaties. De verdeling naar aantal fte's wordt in tabel 3.5 per sector weergegeven.

Tabel 3.5 – Organisaties naar personeelsomvang per sector

Aantal fte's	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal*
≤ 10	31%	36%	64%	67%	-	38%
10 – 49	34%	59%	27%	33%	-	39%
> 50	34%	5%	9%	-	100,0	23%
Totaal (= 100%)	N=35	N=22	N=11	N=3	N=3	N=74

* : van vier organisaties is het aantal fte's onbekend.

3.2 Resultaten enquête

In deze paragraaf worden de resultaten van de enquête gepresenteerd. Deze enquête is eind maart tot begin april 2012 afgenomen bij de voor CMV van de HAN relevante organisaties in Nederland. Achtereenvolgens komen de volgende onderwerpen aan bod:

1. Voorkomen beroepscompetentieprofiel van de CMV'er
2. Gebruik KSA
3. Aansluiting opleiding CMV van de HAN en het creatief profiel op beroepspraktijk
4. Behoeftte aan afgestudeerden van de opleiding CMV met een creatief profiel
5. Meerwaarde creatief profiel

1. Voorkomen beroepscompetentieprofiel van de CMV'er

Van de 78 ondervraagde organisaties geven 66 organisaties aan het beroepscompetentieprofiel van de CMV'er of een vergelijkbaar profiel te herkennen. Tabel 3.6 geeft aan hoe dit onderverdeeld is naar sector. Vooral in de sector gezondheid, zorg en welzijn geeft een ruime meerderheid aan het profiel te herkennen, maar ook in de andere sectoren komt het profiel (in ruime mate) voor.

Tabel 3.6 – Voorkomen beroepscompetentieprofiel CMV'er

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Komt voor	97%	67%	91%	33%	100%	85%
Komt niet voor	3%	33%	9%	67%	-	15%
Totaal (= 100%)	N=37	N=24	N=11	N=3	N=3	N=78

De omvang van de organisatie maakt niet veel uit voor wat betreft het voorkomen van het beroepscompetentieprofiel van de CMV'er. Het komt voor bij een grote meerderheid (ruim 80 procent) van zowel de kleine als de grote organisaties.

Er is wel een significant verschil naar regio. In het kernvoedingsgebied geeft meer dan 90 procent aan het profiel te herkennen, terwijl dat in het randgebied 76 procent is.² Dit verschil is te verklaren doordat de sector gezondheid, zorg en welzijn, waar het profiel heel veel voorkomt, in het kernvoedingsgebied een groter deel van het geheel vormt, terwijl in het randgebied meer organisaties zitten uit de kunst&cultuur sector (zie tabel 3.4).

Het aantal mensen met het beroepscompetentieprofiel van de CMV'er of een vergelijkbaar bedraagt in totaal 1298 fte's (uiteenlopend van 0,2 fte tot 400 fte's per organisatie). Gemiddeld gaat het om 20 fte's per organisatie onderverdeeld in de functiebenamingen zoals weergegeven in tabel 3.7. Deze tabel bevat alleen de meest genoemde functiebenamingen.³

Tabel 3.7 – Meest genoemde functiebenamingen beroepscompetentieprofiel CMV'er

	Percentage van respondenten
(ambulant) jeugd- en jongerenwerker	26%
Activiteitenbegeleider	21%
(project) (team)leider / manager	20%
(persoonlijk/groeps) begeleider / begeleidingsmedewerker	18%
(sociaal) cultureel werker	17%
Coördinator	15%
(sport)buurtwerker / opbouwwerker	14%

² Significant verschil op 10 procent niveau (Chi-kwadraat=3.44, p=.063).

³ Verder worden door een kleine groep nog genoemd: beleidsmedewerker, (buurt)coaches, educatiemedewerkers en vrijwilligersbegeleiders.

2. Gebruik KSA

Zoals eerder aangegeven wordt er bij de opleiding CMV van de HAN veel aandacht geschonken aan KSA als agogisch instrument. Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre zij deze activiteiten herkennen/gebruiken in de beroepspraktijk.

In totaal geeft ruim 87 procent van de organisaties aan KSA toe te passen in de organisatie. Het gaat daarbij niet alleen om organisaties waar het beroepscompetentieprofiel van de CMV'er voorkomt. Tabel 3.8 laat zien dat ook een meerderheid van de organisaties die het profiel niet herkent gebruik maakt van KSA. Het gebruik van KSA is dus niet alleen voorbehouden aan CMV'ers.

Tabel 3.8 – Gebruik KSA en voorkomen beroepscompetentieprofiel CMV'er

	Wel KSA	Geen KSA	Totaal (= 100%)
CMV profiel komt voor	91%	9%	N=66
CMV profiel komt niet voor	67%	33%	N=12
Totaal (= 100%)	87%	13%	N=78

Aan de respondenten is gevraagd hoe de toepassing van KSA geregeld is. Is het onderdeel van beleid of gebeurt het incidenteel op initiatief van de beroepsbeoefenaar? Tabel 3.9 geeft een nadere specificering van de manier waarop KSA in de organisaties wordt toegepast onderverdeeld naar sector. Bij verruit de meerderheid van de organisaties waar KSA wordt toegepast, gebeurt dit beleidsmatig. Alleen bij de sectoren gezondheid, zorg en welzijn en kunst en cultuur wordt KSA meer incidenteel toegepast op initiatief van de beroepsbeoefenaar.

Tabel 3.9 – Voorkomen KSA

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Komt voor (beleid)*	65%	95%	100%	100%	100%	79%
Komt voor (incidenteel)**	35%	5%	-	-	-	21%
Totaal (= 100%)	N=34	N=20	N=10	N=3	N=1	N=68

* : KSA komt voor en vormt onderdeel van beleid

** : KSA komt voor, maar incidenteel op initiatief van beroepsbeoefenaar

Kijkend naar de omvang van de organisatie valt op dat de *kleine en middelgrote organisaties* vaker beleidsmatig gebruik maken van KSA (circa 85 procent) dan de grote organisaties (circa 71 procent). Dit verschil is echter niet statistisch significant.

Onderverdeeld naar *regio* is er wel een significant verschil waar te nemen. In het randgebied gebruikt 90 procent van de organisaties waarbij KSA wordt toegepast het beleidsmatig, terwijl dit in het kernvoedingsgebied 73 procent is.⁴ Wederom kan dit verschil verklaard worden door

⁴ Significant verschil op 10 procent niveau (Chi-kwadraat=2.838, p=.092).

het feit dat de sector gezondheid, zorg en welzijn in het randgebied sterk ondervertegenwoordigd is.

Kunstzinnige en sportieve activiteiten (KSA) kunnen in het CMV-werkveld op veel verschillende manieren worden ingezet, bijvoorbeeld bij educatieve activiteiten, vormende activiteiten, community art en kunst- en cultuureducatie.

1. *Educatieve activiteiten*

Cursussen en workshops met een expliciet educatieve doelstelling, die niet ligt op het terrein van de kunst en cultuur of sport. KSA bepaalt de vorm en/of een groot deel van de inhoud, maar heeft geen artistieke pretentie en sportprestaties komen op de tweede plaats na het educatieve doel.

2. *Vormende activiteiten*

Recreatieve activiteiten met een vormende doelstelling, waarin KSA een groot deel uitmaakt van de gebruikte werkvormen.

3. *Community art*

Bij community art of gemeenschapskunst gaat het om een breed scala aan kunstzinnige en/of artistieke uitingen op het gebied van beeldende kunst, theater, literatuur, muziek en dans, waarbij de ene keer meer het accent ligt op de artistieke en esthetische prestatie en de andere keer meer op empowerment van individuen en groepen, maar waarbij altijd beide aspecten in het geding zijn.

4. *Kunst- en cultuureducatie*

Cultuureducatie laat mensen kennismaken met kunst- en cultuuruitingen en verdiept het inzicht daarin. De ruimste omschrijving van cultuureducatie is: alle vormen van educatie waarbij cultuur als doel of als middel wordt ingezet. Cultuureducatie wordt in de praktijk gehanteerd als verzamelbegrip voor kunsteducatie, erfgoededucatie en media-educatie.

KSA kan onder andere voorkomen: als zelfstandige activiteiten met een groep, als middel in een voorstelling/uitvoering met of voor een groep, als animatiemiddel, binnen presentaties, als promotiemiddel en bij voorlichtingen, bij coachen/begeleiden/trainen van bijvoorbeeld vrijwilligers en als educatief middel in bijvoorbeeld musea.

Tabel 3.10 geeft een overzicht van de verdeling naar sector van de diverse verschijningsvormen van KSA. De percentages geven aan hoe groot het deel van de respondenten is dat een dergelijke verschijningsvorm heeft genoemd. Per respondent kunnen meerdere antwoorden gegeven zijn. Opgeteld kunnen deze percentages daarom optellen tot meer dan 100 procent.

Tabel 3.10 – Verschijningsvormen KSA

	G,Z&W (N=34)	K&C (N=20)	toerisme (N=10)	onderwijs (N=3)	overheid (N=1)	Totaal (N=68)
Educatieve activiteiten	74%	70%	80%	67%	-	72%
Vormende activiteiten	68%	25%	50%	33%	-	50%
Community art	38%	35%	10%	33%	-	32%
Kunst- en cultuureducatie	47%	85%	40%	100%	-	59%
Anders	18%	-	20%	-	100%	13%

De meeste respondenten geven aan KSA vooral te gebruiken als educatieve activiteit. Ook geeft meer dan de helft van de respondenten die KSA gebruiken aan dit te doen als vormende activiteit en als kunst- en cultuureducatie.

De bij KSA in te zetten middelen worden weergegeven in tabel 3.11. Spel en sport wordt vooral toegepast in de sectoren gezondheid, zorg en welzijn, toerisme en overheid. Dit middel komt minder vaak voor in de overige sectoren. Op drama en dans & beweging na komen alle overige middelen bij een meerderheid in bijna alle sectoren voor.

Tabel 3.11 – Middelen KSA

	G,Z&W (N=34)	K&C (N=20)	toerisme (N=10)	onderwijs (N=3)	overheid (N=1)	Totaal (N=68)
Drama	62%	75%	50%	100%	-	65%
Beeld en geluid	77%	65%	50%	100%	100%	71%
Muziekactiviteiten	85%	55%	50%	100%	100%	72%
Spel en sport	79%	15%	90%	33%	100%	60%
Dans en beweging	68%	70%	40%	100%	-	65%
Anders	15%	35%	20%	-	100%	22%

De door de respondenten meest genoemde functies waarbinnen gebruik gemaakt wordt van KSA staan in tabel 3.12. In totaal gaat het daarbij om 728 fte (uiteenlopend van 0,2 tot 150 fte's) en gemiddeld om 11 fte's.

Wat opvalt is dat nagenoeg dezelfde functies worden genoemd als bij functies waarin mensen werkzaam zijn met het beroepscompetentieprofiel van de CMV'er of een vergelijkbaar profiel zoals weergegeven in tabel 3.7. Net als bij de eerdere tabel worden de functies (ambulant) jeugd- en jongerenwerker en activiteitenbegeleider het meest genoemd.

Tabel 3.12 – Meest genoemde functiebenamingen waarbinnen KSA wordt toegepast

Functies	Percentage van respondenten
(ambulant) jeugd- en jongerenwerker	27%
Activiteitenbegeleider	21%
(sociaal) cultureel werker	18%
(persoonlijk/groeps) begeleider / begeleidingsmedewerker	15%
Coördinator	13%
educatie(f)medewerker	9%
(project) teamleider / manager	7%

KSA kan in de organisatie op verschillende manieren worden ingezet:

- in de volle breedte van het werk: iedere medewerker past het toe
- in mixed teams samengesteld uit medewerkers met en zonder KSA
- op individueel niveau

Tabel 3.13 geeft een overzicht van de verschillende manieren waarop KSA in de organisaties wordt toegepast. Sommige respondenten hebben aangegeven dat de manier waarop die toepassing wordt vormgegeven afhankelijk is van de diverse afdelingen binnen de organisatie. Deze respondenten hebben meerdere antwoorden aangekruist en daarom kunnen de percentages optellen tot boven de 100 procent.

Tabel 3.13 – Toepassing KSA

	G,Z&W (N=34)	K&C (N=17)	toerisme (N=10)	onderwijs (N=3)	overheid (N=1)	Totaal (N=65)
Volle breedte	27%	18%	50%	100%	-	31%
Mixed teams	44%	41%	40%	-	-	40%
Individueel niveau	41%	47%	10%	-	100%	37%

Er zijn geen uitschieters voor wat betreft de wijze waarop KSA in de beroepspraktijk wordt ingezet. Alle drie de vormen komen voor. Het wordt iets minder in de volle breedte toegepast en iets meer in mixed teams.

Verder blijkt dat hoe kleiner de organisatie is, hoe meer KSA in de volle breedte wordt ingezet. Ongeveer 40 procent van de kleinere organisaties (minder dan 10 fte's) geeft aan KSA in de volle breedte in te zetten, terwijl dit percentage bij de grotere organisaties (meer dan 50 fte's) 20 procent is.

Bijna 68 procent van de respondenten geeft aan bij de werving van personeel rekening te houden met de competentie om KSA in te kunnen zetten. Slechts een klein percentage geeft aan dat deze competentie doorslaggevend is (zie tabel 3.14).

Tabel 3.14 – Rol KSA-competentie bij werving

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Ja, doorslaggevend	15%	10%	30%	67%	-	15%
Ja, relevant	56%	50%	50%	-	-	53%
Nee, niet doelbewust	29%	30%	20%	33%	100%	29%
Nee, speelt geen rol	-	10%	-	-	-	3%
Totaal (= 100%)	N=34	N=20	N=10	N=3	N=1	N=68

Het lijkt er op dat de kleine en middelgrootte organisaties bij de werving van nieuw personeel iets meer rekening houden met de competentie om KSA in te kunnen zetten dan de grote

organisaties. Van de kleine en middelgrote organisaties geeft rond de 70 procent aan dat dit een rol speelt en bij de grote organisaties een kleine 60 procent. Dit verschil is echter statistisch niet significant.⁵

3. Aansluiting opleiding CMV van de HAN en het creatief profiel op beroepspraktijk

34 organisaties hebben aangegeven mensen in dienst te hebben die de opleiding CMV aan de HAN hebben gedaan. Dat is 43,6 procent van de respondenten. De onderverdeling naar sector wordt weergegeven in tabel 3.15. Vooral in de sector gezondheid, zorg en welzijn blijken veel oud-studenten van de opleiding werkzaam te zijn. Meer dan de helft van de organisaties in die sector geeft aan deze mensen in dienst te hebben.

Tabel 3.15 – Percentage organisaties waarbij oud-studenten CMV van de HAN werkzaam zijn

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Ja	54%	25%	64%	-	33%	44%
Nee	46%	75%	36%	100%	67%	56%
Totaal (= 100%)	N=37	N=24	N=11	N=3	N=3	N=78

Het percentage organisaties dat aangeeft oud-studenten van de opleiding CMV van de HAN in dienst te hebben is ongeveer 36 procent bij de kleine organisaties en stijgt naar 44,8 procent bij de middelgrote organisaties en naar 64,7 procent bij de grote organisaties.

Het aandeel oud-studenten van de opleiding CMV van de HAN bedraagt gemiddeld ruim 18 procent is (zie tabel 3.16).

Tabel 3.16 – Gemiddeld percentage in dienst

	G,Z&W (N=16)	K&C (N=6)	toerisme (N=6)	onderwijs (N=0)	overheid (N=1)	Totaal (N=29)*
Percentage gemiddeld in dienst	19%	14%	24%	-	2%	18%

* : 5 organisaties kunnen geen percentage verbinden aan het aantal CMV'ers van de HAN welke ze in dienst hebben

Bij de kleine organisaties is het percentage in dienst bijna 35 procent, bij de middelgrote organisaties 13 procent en bij de grote organisaties net geen 8 procent.

Rol creatief profiel bij werving

Van de organisaties die aangeven oud-studenten van de opleiding CMV van de HAN in dienst te hebben, geeft bijna 65 procent aan dat hun creatief profiel een rol gespeeld heeft bij de

⁵ Chi-kwadraat= 1.058, p=.589

werving. Het belang van dit creatief profiel bij de werving onderverdeeld naar sector is weergegeven in tabel 3.17. In meer dan de helft van de sectoren geeft een meerderheid aan dat dit creatief profiel een rol heeft gespeeld bij de werving.

Tabel 3.17 – Creatief profiel een rol bij werving

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Ja	55%	83%	86%	-	-	65%
Nee	45%	17%	14%	-	100%	35%
Totaal (= 100%)	N=20	N=6	N=7	N=0	N=1	N=34

Het lijkt er op dat de omvang van de organisaties invloed heeft op de rol die het creatief profiel speelt bij de werving. Bij de kleinere organisaties geeft 90 procent van de organisaties aan dat het een rol speelt. Zowel bij de middelgrote als grote organisaties is dat circa 54 procent. Dit verschil is echter statistisch niet significant.⁶

Over het algemeen zijn de respondenten gematigd positief over zowel de aansluiting van de opleiding CMV van de HAN op de beroepspraktijk als over de aansluiting van het creatief profiel op de beroepspraktijk. Op een schaal van 1 tot en met 5 (1 staat voor 'zeer tevreden' en 5 voor 'zeer ontevreden') is de gemiddelde waardering voor de aansluiting van de opleiding 2,36 en voor de aansluiting van het creatief profiel 2,18. De scores naar sector worden weergegeven in tabel 3.18 en tabel 3.19.

Tabel 3.18 – Tevredenheid aansluiting opleiding CMV van de HAN op beroepspraktijk

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Zeer tevreden	11%	17%	14%	-	-	12%
Tevreden	42%	50%	43%	-	100%	46%
Gemiddeld	42%	17%	43%	-	-	36%
Ontevreden	5%	17%		-	-	6%
Zeer ontevreden	-	-		-	-	-
Totaal (= 100%)	N=19	N=6	N=7	N=0	N=1	N=33
Totaalscore	2,42	2,33	2,29	-	2,00	2,36

Als het gaat om de aansluiting van het creatief profiel op de beroepspraktijk valt op dat geen enkele respondent daar ontevreden over is.

Zowel de omvang van de organisatie als de regio geven geen significante verschillen voor wat betreft de mate van waardering voor de aansluiting van opleiding en creatief profiel op de beroepspraktijk.

⁶ Chi-kwadraat= 3.970, p=.137.

Tabel 3.19 – *Tevredenheid aansluiting creatief profiel op beroepspraktijk*

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Zeer tevreden	16%	-	-	-	-	9%
Tevreden	47%	67%	100%	-	100%	64%
Gemiddeld	37%	33%	-	-	-	27%
Ontevreden	-	-	-	-	-	-
Zeer ontevreden	-	-	-	-	-	-
Totaal (= 100%)	N=19	N=6	N=7	N=0	N=1	N=33
Totaalscore	2,21	2,33	2,00	-	2,00	2,18

4. *Behoeftte aan afgestudeerden van de opleiding CMV met een creatief profiel*

Een belangrijk deel van het onderzoek is het in kaart brengen van de behoefte aan afgestudeerden van de opleiding CMV met creatief profiel. Aan de respondenten is de vraag voorgelegd in hoeverre men hieraan behoefte heeft in de komende 4 á 5 jaar. Die arbeidsmarktbehoefte voor wat betreft de eigen organisatie wordt samengevat in tabel 3.20. Op een schaal van 1 tot en met 5, waarbij 1 staat voor een 'zeer grote behoefte' en 5 voor 'geen behoefte' is de gemiddelde score voor de arbeidsmarktbehoefte voor de eigen organisatie 3,39.

Tabel 3.20 – *Behoeftte afgestudeerden CMV met creatief profiel komende 4 á 5 jaar, eigen organisatie*

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Zeer grote behoefte	6%	-	-	-	-	3%
Grote behoefte	22%	12%	36%	-	-	19%
Gemiddeld	33%	17%	27%	-	67%	27%
Beperkte behoefte	31%	50%	18%	100%	33%	38%
Geen behoefte	8%	21%	18%	-	-	13%
Totaal (= 100%)	N=36	N=24	N=11	N=3	N=3	N=77
Totaalscore	3,14	3,79	3,18	4,00	3,33	3,39

87 procent van de organisaties geeft aan een (zekere) behoefte te hebben aan afgestudeerden van de opleiding CMV van de HAN met creatief profiel. Deze behoefte varieert van een beperkte behoefte (ongeveer 38 procent van de organisaties) tot een zeer grote behoefte (2,6 procent van de organisaties). De behoefte is in de sectoren kunst & cultuur en onderwijs minder sterk dan in de andere sectoren, al zijn deze verschillen statistisch niet significant. Ook maakt de omvang van de organisatie en de regio niet uit voor de arbeidsmarktbehoefte.

De respondenten is ook gevraagd om de arbeidsmarktbehoefte in te schatten voor de *sector in zijn geheel*. Deze inschatting wordt weergegeven in tabel 3.21. De inschatting van die behoefte voor de sector in zijn geheel is licht positiever dan de inschatting voor de eigen organisatie.

Tabel 3.21 – Behoefte afgestudeerden opleiding CMV met creatief profiel komende 4 á 5 jaar, sector

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Zeer grote behoefte	6%	8%	-	-	-	5%
Grote behoefte	31%	4%	36%	-	33%	22%
Gemiddeld	31%	33%	46%	33%	67%	35%
Beperkte behoefte	25%	46%	-	67%	-	29%
Geen behoefte	8%	8%	18%	-	-	9%
Totaal (= 100%)	N=36	N=24	N=11	N=3	N=3	N=77
Totaalscore	3,00	3,42	3,00	3,67	2,67	3,14

Bijna 91 procent van de organisaties schat in dat er voor de gehele sector een behoefte is aan afgestudeerden met het creatief profiel. Deze behoefte varieert van een beperkte behoefte (bijna 29 procent van de organisaties) tot een zeer grote behoefte (ruim 5 procent van de organisaties). Ook hier zijn de verschillen in arbeidsmarktbehoefte tussen de sectoren, de omvang van de organisatie en de regio statistisch niet significant.

5. Meerwaarde creatief profiel

Het merendeel van de respondenten geeft aan een meerwaarde te zien in het creatief profiel. Tabel 3.22 laat zien dat het hier gaat om bijna 72 procent van de respondenten. Voor alle sectoren geldt dat een meerderheid die meerwaarde ziet.

Tabel 3.22 – Oordeel meerwaarde creatief profiel naar sector

	G,Z&W	K&C	toerisme	onderwijs	overheid	Totaal
Wel meerwaarde	73%	63%	82%	67%	100%	72%
Geen meerwaarde	27%	38%	18%	33%	-	28%
Totaal (= 100%)	N=37	N=24	N=11	N=3	N=3	N=78

Het lijkt er op dat kleinere organisaties vaker een meerwaarde zien dan de grote organisaties (zie tabel 3.23). Bij kleinere organisaties geeft ruim 82 procent van de organisaties aan een

meerwaarde te zien in het creatief profiel, terwijl dit bij de grote organisaties nog geen 65 procent is. Deze verschillen zijn echter statistisch niet significant.⁷

Tabel 3.23 – Oordeel meerwaarde creatief profiel naar grootte organisatie

	≤ 10	10 – 49	> 50	Totaal*
Wel meerwaarde	82%	66%	65%	72%
Geen meerwaarde	18%	35%	35%	28%
Totaal (= 100%)	N=28	N=29	N=17	N=78

* : van vier organisaties is het aantal fte's onbekend.

Er is wel een significant verschil waar te nemen bij het oordeel over de meerwaarde als er gekeken wordt naar of de respondenten mensen in dienst hebben met het profiel van de CMV'er of een vergelijkbaar profiel (zie tabel 3.24).⁸

Tabel 3.24 – Oordeel meerwaarde creatief profiel met onderscheid naar voorkomen profiel CMV'er

	Wel meerwaarde	Geen meerwaarde	Totaal (= 100%)
CMV profiel komt voor	82%	18%	N=66
CMV profiel komt niet voor	17%	83%	N=12

Bij de organisaties waarbij het profiel van de CMV'er of een vergelijkbaar profiel voorkomt geeft bijna 82 procent aan een meerwaarde te zien in het creatief profiel. Bij organisaties, zonder CMV'er, is dit percentage met 16,7 procent veel lager. Dit is te verklaren doordat het creatief profiel een product is van de invulling die de HAN aan het algemene beroepsprofiel geeft. Als dit algemene beroepsprofiel al niet voorkomt heeft een specifieke invulling van dit profiel weinig meerwaarde.

De respondenten beargumenteren de meerwaarde verschillend. Een aantal respondenten geeft aan dat mensen met het creatief profiel '*breed inzetbaar zijn*'. Anderen geven aan dat deze mensen bepaalde doelgroepen (vooral jongeren worden hierbij genoemd) beter kunnen aanspreken: ze '*kunnen zich in een doelgroep verplaatsen*' en hebben '*meerdere ingangen bij mensen*'. Ze zijn in staat om op verschillende manieren te communiceren met cliënten.

Veel argumenten komen in andere bewoordingen min of meer op hetzelfde neer. Hieronder volgt een korte opsomming. Mensen met het creatief profiel:

- zijn creatiever in het bedenken van oplossingen (out-of-the-box denken), komen niet met standaardoplossingen.
- zijn flexibeler, kunnen omschakelen als ze merken dat een activiteit of begeleidingsvorm niet aanslaat.

⁷ Chi-kwadraat=2.457, p=.293.

⁸ Chi-kwadraat=21.284, p=.000.

- hebben een andere instelling: zien dingen breder/ruimer, zijn creatiever in het bedenken van activiteiten en mogelijkheden
- kunnen denken in verschillende richtingen en met ideeën komen die daardoor anders zijn dan de gebaande paden.
- zijn vernieuwend.
- kunnen ontsnappen aan het stereotype denken.

4 Samenvatting, conclusie en aanbeveling

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies van het onderzoek op een rij gezet. Ten behoeve van het onderzoek naar de waardering voor het creatief profiel is een enquête gehouden onder 200 organisaties in het relevante werkveld voor de opleiding CMV. De resultaten zijn gebaseerd op een responsgroep van 78 organisaties (39 procent respons).

Centraal in het onderzoek staan de volgende vragen;

1. In hoeverre herkent het werkveld het creatief profiel?
2. In hoeverre waardeert het werkveld dat de HAN CMV studenten met een creatief profiel opleidt?

Deze vragen zijn in een aantal deelvragen uiteengelegd, die hierna worden beantwoord.

1. In welke vorm komt het creatief profiel voor in de beroepspraktijk en hoe wordt het toegepast?

87 procent van de respondenten geeft aan KSA toe te passen. Vooral in de functies van (ambulant) (jeugd- en) jongerenwerker en activiteitenbegeleider. Bij de meerderheid (circa 80 procent) vormt het onderdeel van het beleid. KSA komt het meest voor als 'educatieve activiteit'. Ruim 70 procent van de respondenten noemt deze verschijningsvorm. KSA wordt in de organisatie toegepast in de volle breedte (30,8% van de respondenten), in mixed-teams (40% van de respondenten) en op individueel niveau (36,9% van de respondenten).

Geconcludeerd kan worden dat het creatief profiel op vrij brede schaal voorkomt in de beroepspraktijk van de respondenten uit de steekproef. Het feit dat de toepassing voor een groot deel voorkomt in mixed-teams en in de volle breedte wijst er tevens op dat deze toepassing bij de organisaties geïnstitutionaliseerd is.

2. Wordt er door het werkveld een meerwaarde toegekend aan CMV'ers met een creatief profiel?

Een ruime meerderheid van de respondenten geeft aan een meerwaarde te zien in CMV'ers met een creatief profiel (72 procent). Voor organisaties die aangeven mensen in dienst te hebben met het profiel van de CMV'er of een vergelijkbaar profiel is dit zelfs 82 procent.

In lijn met bovenstaande kan geconcludeerd worden dat CMV'ers met een creatief profiel een duidelijke meerwaarde betekenen voor de onderzochte organisaties.

3. Bestaat er binnen het werk / op de arbeidsmarkt behoefte aan CMV'ers met een creatief profiel?

87 procent van de organisaties geeft aan beperkte tot sterke behoefte te hebben aan CMV'ers met een creatief profiel als er gekeken wordt naar de eigen organisatie. Als er een inschatting gemaakt wordt voor de totale sector dan geeft bijna 91 procent van de organisaties aan een dergelijke behoefte te hebben aan CMV'ers met een creatief profiel.

Ergo, op de arbeidsmarkt bestaat een duidelijke behoefte aan CMV'ers met een creatief profiel.

4. Hoe kan de behoefte nader worden getypeerd en onderbouwd?

De behoefte aan mensen met het creatief profiel wordt met verschillende argumenten onderbouwd. Zo wordt bijvoorbeeld de *'brede inzetbaarheid'* als positief ervaren. Ook kunnen mensen met de opleiding CMV van de HAN boodschappen op diverse manieren overdragen. Ze kunnen communiceren op verschillende manieren, niet enkel met taal. Hierdoor kunnen ze bepaalde doelgroepen beter bereiken. Bovendien zijn ze in staat te *'denken in verschillende richtingen en met ideeën (te) komen die daardoor anders zijn dan de gebaande paden.'*

5. Hoe oordeelt het werkveld over de aansluiting van de opleiding CMV van de HAN, i.c. van door de HAN opgeleide CMV'ers bij die behoefte? Welke ervaring heeft men wat dat betreft met het aantrekken van en de inzet van door de HAN opgeleide CMV'ers met een creatief profiel?

Iets minder dan de helft van de respondenten geeft aan nu tot een half jaar terug mensen in dienst te hebben (gehad) die de opleiding CMV aan de HAN hebben gevolgd. Een meerderheid hiervan (bijna 65 procent) geeft aan dat het creatief profiel van die mensen een rol heeft gespeeld bij de werving. Bij de kleine organisaties is dat zelfs 90 procent. De respondenten zijn gematigd positief over de aansluiting van de opleiding op de beroepspraktijk. Uit het onderzoek blijkt tevens dat alle respondenten zonder uitzondering tevreden zijn over de aansluiting van het creatief profiel op de beroepspraktijk.

Er kan geconcludeerd worden dat het creatief profiel breed herkend wordt door het werkveld en de toepassing van KSA bij een groot gedeelte geïnstitutionaliseerd is. Tevens wordt aan het creatief profiel door een grote meerderheid een meerwaarde toegekend.

De cijfers zijn zo duidelijk dat het voor de hand ligt om te veronderstellen dat het creatief profiel de facto een integraal onderdeel uitmaakt of deel uit zou maken van het (landelijke) beroepscompetentieprofiel. In de praktijk is dat (nog?) niet zo. Een verklaring daarvoor zou kunnen zijn dat het creatief profiel een typisch Nijmeegs fenomeen is. Het onderhavig onderzoek is uitgevoerd onder arbeidsorganisaties uit het bestand van de HAN. Om zicht te krijgen op de vraag of (het voorkomen van) het creatief profiel een landelijk fenomeen is, is aanvullend onderzoek onder de gehele populatie nodig. Het lijkt aanbevelingswaardig dat de HAN daartoe in samenspraak met de overige hogescholen en het werkveld het initiatief neemt.