

Leren over sociaal en duurzaam ondernemen op de basisschool

De effecten van een onderwijsprogramma volgens kinderen en hun ouders



Lectoraat Entrepreneurship
2022

Leren over sociaal en duurzaam ondernemen op de basisschool

De effecten van een onderwijsprogramma volgens kinderen en hun ouders

Auteurs

Maarten Hogenstijn
Claudia Cuypers
Casper Prinsen
Noortje Schaft
Ingrid Wakkee

Afdeling

Lectoraat Entrepreneurship

Datum

4 juli 2022

Project type

In opdracht van programma Amsterdam Impact - gemeente Amsterdam

© Teksten en figuren: Hogeschool van Amsterdam, 2022

© Foto's: Jurre Rompa

Een uitgave van lectoraat Entrepreneurship, Hogeschool van Amsterdam

<https://www.hva.nl/ondernemerschap/onderzoek/onderzoek.html>

Dit onderzoek heeft kunnen plaatsvinden door een financiële bijdrage van het programma Amsterdam Impact van de gemeente Amsterdam.

Voor dit onderzoek is een positief advies verkregen van de Ethische Commissie Onderzoek van de Hogeschool van Amsterdam (2021-002596).

Dankwoord

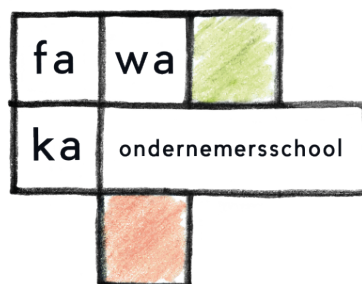
De auteurs willen graag de volgende mensen bedanken voor hun medewerking en flexibiliteit:

- de leerkrachten en directies van de deelnemende scholen;
- de medewerkers van Fawaka Ondernemersschool, met name Thiëmo Heilbron, Emmy Wouters, Arthur Daniëls, Maaïke Irizarri van Suchtelen, Hugo Ruiten, Annabelle Groenendijk, en natuurlijk alle Fawaka-docenten;
- de medewerkers van het programma Amsterdam Impact van de gemeente Amsterdam, met name Ellen Oetelmans, Egon van Wees en Jantien van der Laan;
- collega's van de Hogeschool van Amsterdam, met name Hafid Ballafkih voor advies over de dataverzameling, en stagiairs Noortje Schaft en Casper Prinsen;
- de transcribenten;

en natuurlijk en vooral alle deelnemende leerlingen en hun ouders!



Hogeschool van Amsterdam



**AMSTERDAM
IMPACT**

© 2022 Copyright Hogeschool Amsterdam

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, kopieën, of op welke manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Hogeschool Amsterdam.

Samenvatting

Wat zijn de effecten van een onderwijsprogramma over sociaal en duurzaam ondernemen voor kinderen op de basisschool? Rond deze hoofdvraag gingen Amsterdam Impact, Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam eind 2020 een samenwerking aan. Fawaka leert kinderen en jongeren over sociaal en duurzaam ondernemen. Met steun van Amsterdam Impact (het programma van de gemeente Amsterdam dat impact ondernemerschap en de transitie naar een inclusieve en duurzame brede welvaartseconomie bevordert) kon Fawaka in 2021 voor zo'n 450 Amsterdamse basisschoolkinderen haar programma's uitvoeren. De Hogeschool van Amsterdam deed onderzoek naar de effecten, door de deelnemende kinderen en hun ouders te bevragen. Het programma en onderzoek werd uitgevoerd in 21 klassen (groep 6, 7 en 8) op acht Amsterdamse basisscholen. De kinderen volgden een programma van zes weken waarin ze aan de slag gingen rond sociaal en duurzaam ondernemen. Alle deelnemende kinderen vulden voor de eerste les en na de laatste les een enquête in waarin ze hun eigen kennis, vaardigheden en intenties scoorden. In de tweede enquête evalueerden ze bovendien het programma. Daarnaast zijn 16 groepsgesprekken met kinderen gehouden en 37 ouders geïnterviewd.

De belangrijkste resultaten van het onderzoek zijn:

- *Evaluatie*: De deelnemende kinderen en hun ouders zijn tevreden over het Fawaka-programma. Kinderen geven het gemiddeld ruim een 8 als rapportcijfer, zeggen plezier te hebben gehad en nieuwe dingen te hebben geleerd. Ze zijn trots op wat ze bereikt hebben.
- *Kennis en houding*: Vrijwel alle kinderen zeggen na afloop duidelijk meer te weten over ondernemen. Ook over duurzaamheid neemt de kennis toe. Meer kinderen zien een rol voor bedrijven bij het oplossen van maatschappelijke problemen.
- *Vaardigheden*: We hebben hier vooral gekeken naar niet-cognitieve vaardigheden zoals creativiteit, presenteren en samenwerken. De totale groep kinderen scoort zichzelf in de enquête na afloop niet veel hoger op deze vaardigheden. Maar de resultaten uit de groepsgesprekken wijzen er juist op dat de kinderen wel degelijk ondernemende vaardigheden aanleren. Verder nemen de verschillen tussen jongens en meisjes qua inschatting van hun eigen vaardigheden duidelijk af. Het zelfvertrouwen van meisjes neemt relatief toe en is na deelname aan het Fawaka programma ongeveer gelijk aan dat van jongens. Dat resultaat is tegengesteld aan de resultaten van eerder onderzoek naar een competitieve vorm van ondernemerschapsonderwijs.
- *Intenties*: Hierbij gaat het om de vraag: willen kinderen later (sociaal) ondernemer worden? Na afloop zeggen minder kinderen zelf te willen gaan ondernemen dan voor het programma. Dat past bij resultaten uit eerder onderzoek: de kinderen krijgen een realistischer beeld van ondernemerschap als loopbaanperspectief. Ook op dit vlak worden verschillen tussen jongens en meisjes flink kleiner. De animo om later een rol te nemen bij 'oplossen van grote problemen in de wereld' neemt licht toe. Een aantal kinderen is al bezig met het uitdenken van ideeën waarbij geld verdienen wordt gecombineerd met iets goeds doen.

Alles bij elkaar geeft dit onderzoek aan dat de kinderen die deelnemen aan de Fawaka-programma's meer leren over ondernemen en over duurzaamheid, en dat een deel van de kinderen deze onderwerpen ook koppelt. In de woorden van één van hen: *Het moet wel iets goed doen voor de wereld. Maar als het dat niet doet, moet het ook niet weer iets slechts doen voor de wereld.*

Daarnaast lijkt het programma verschillen te verkleinen tussen jongens en meisjes op het gebied van (perceptie van) vaardigheden én intenties om later te gaan ondernemen. Een relatief kortdurend programma over sociaal en duurzaam ondernemen kan dus een verschil maken voor kinderen.

Summary

What are the effects of an education program on social and sustainable entrepreneurship for primary school children? Amsterdam Impact, Fawaka School of Entrepreneurship and the Amsterdam University of Applied Sciences joined forces late 2020 to find an answer to this main question. Fawaka teaches children and young people about social and sustainable entrepreneurship. With the support of Amsterdam Impact (the City of Amsterdam's program to promote impact entrepreneurship and the transition to a sustainable and inclusive multiple value based economy that leads to wellbeing for all), Fawaka was able to deliver its programs to 450 primary school children in Amsterdam in 2021. Amsterdam University of Applied Sciences conducted research into the effects by questioning the participating children and their parents.

The program and research were carried out in 21 school classes with children in the age range 9-12, at eight primary schools in Amsterdam. The children followed a six-week program in which they worked on social and sustainable entrepreneurship. All participating children completed a survey before the first lesson and after the last lesson. They scored themselves on knowledge, skills and intentions. In the second survey, they also evaluated the program. In addition, 16 group discussions were held with children and 37 parents were interviewed by telephone.

The main results of the research are:

- *Evaluation:* The participating children and their parents are satisfied with the Fawaka programme. Children give it an average mark of 8 out of 10. In addition, they say that they had fun, learned new things and are proud of what they have achieved.
- *Knowledge and attitude:* After completing the program, nearly all children clearly rate themselves higher regarding knowledge about entrepreneurship. Knowledge about sustainability also increased. More children see a role for companies in solving societal problems.
- *Skills:* Here we mainly looked at non-cognitive skills such as creativity, presentation and collaboration. The total group of children did not score themselves much higher on these skills in the survey after the program. However, the results from the group discussions indicate that the children do indeed learn entrepreneurial skills. Furthermore, the differences between boys and girls in the assessment of their own skills are clearly decreasing. The self-confidence of girls increases relatively and after the program it is approximately equal to that of boys. This result is contrary to the results of previous research into a competitive form of entrepreneurship education.
- *Intentions:* This concerns the question: do children want to become (social) entrepreneurs when they grow up? After the program, fewer children say they want to start an entrepreneurial activity themselves than before the program. This is in line with results from earlier research: the children get a more realistic picture of entrepreneurship as a career perspective. In this area, too, the differences between boys and girls become much smaller. In addition, the enthusiasm to later play a role in 'solving major problems in the world' increases slightly. A number of children are already working out ideas that combine making money with doing something good.

All in all, this research indicates that the children who participate in the Fawaka programs learn more about entrepreneurship and sustainability, and that some of the children also link these topics. In the words of one of them: *It must do something good for the world. But if it doesn't, it shouldn't be doing something bad for the world.*

In addition, the program seems to reduce the differences between boys and girls in the field of (perception of) skills and intentions to become an entrepreneur. A relatively short-term program on social and sustainable entrepreneurship can therefore make a difference for children.

Voorwoord

Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst. Deze toekomst kent veel maatschappelijke uitdagingen, van sociale vraagstukken als kansengelijkheid tot klimaatverandering. Jongeren willen zich daar in toenemende mate voor inzetten, ook in hun loopbaan. Hun toekomst én die van ons vraagt om een andere economie, waarin niet winst maar maatschappelijke impact en brede welvaart centraal staan. Deze zogenaamde “brede welvaarteconomie” kent andere banen en bedrijvigheid, die om specifieke competenties en vaardigheden vraagt, gericht op het vergroten van de positieve maatschappelijke bijdrage.

Maar hoe komen we daar? De gemeente Amsterdam wil hieraan bijdragen en is diverse initiatieven in het onderwijs gestart, waarin jongeren kennis kunnen maken met maatschappelijk ondernemen - ook wel ‘impact ondernemen’ genoemd. En we kunnen hier niet vroeg genoeg mee beginnen. Daarom zijn we ontzettend blij met het partnerschap van Amsterdam Impact met Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam, waarvan de resultaten nu voor u liggen.

De afgelopen periode hebben 450 kinderen deelgenomen aan impact ondernemersprogramma’s van Fawaka Ondernemersschool op basisscholen door heel Amsterdam, terwijl de Hogeschool van Amsterdam een onderzoek uitvoerde naar de betekenis daarvan voor de kinderen.

Want wat zijn nu de effecten van zulke onderwijsprogramma’s? Hoe kunnen ze misschien nog effectiever worden? Daarover bleek nog weinig bekend. Daarom heeft Amsterdam Impact besloten onderzoek hiernaar te ondersteunen. Het onderzoeksteam van de Hogeschool van Amsterdam heeft programma’s van Fawaka op basisscholen onderzocht en daarbij de nadruk gelegd op de mening van kinderen zélf en van hun ouders.

Dat we een onderzoek aan de programma’s hebben gekoppeld is van onschatbare waarde. Leren van programma’s en onderzoek op dit vlak staat namelijk nog in de kinderschoenen. Dat is in Nederland zo maar ook internationaal.

Uit de resultaten blijkt dat onderwijs aan kinderen over sociaal en duurzaam ondernemen bijdraagt aan de transitie naar de brede welvaarteconomie. Het is duidelijk dat deelnemende kinderen meer leren over ondernemerschap en duurzaamheid en over de rol die je kan spelen bij het oplossen van onze maatschappelijke uitdagingen, ongeacht je achtergrond of waar je vandaan komt. Ook lijkt deelname aan het Fawaka-programma de verschillen tussen meisjes en jongens te verkleinen, waardoor het ook op die manier een bijdrage levert aan het creëren van kansengelijkheid. Dat levert een positief beeld op over de Fawaka-programma’s, met tegelijk praktische tips om de programma’s nog verder te verbeteren.

Maar er moet meer gebeuren om impact ondernemerschap en de omslag naar een nieuwe economie te bevorderen. Gelukkig zijn er ook initiatieven op andere onderwijsniveaus, zoals de Futureproof programma’s op middelbare scholen, mbo’s en voor jongeren die niet aan een opleiding verbonden zijn. Ook op de hogescholen en universiteiten zijn de eerste onderwijsprogramma’s gestart. Idealiter ontstaat er op termijn een doorlopende leerlijn: voor iedereen – van leerlingen op de basisschool tot in het praktisch en theoretisch onderwijs - is er dan een passend en aansluitend aanbod van onderwijsprogramma’s die het ontwikkelen van ondernemende vaardigheden gericht op positieve maatschappelijke impact stimuleren.

Tenslotte smaakt dit onderzoek ook op internationaal vlak naar meer. Amsterdam Impact, Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam hebben daarom het initiatief genomen voor een samenwerkingsproject met internationale partners uit Italië, Spanje, Schotland en Australië, waarin kennis over soortgelijke programma’s wordt uitgewisseld met het oog op de verdere ontwikkeling daarvan. Daarmee kunnen in de toekomst alle kinderen in Amsterdam én daarbuiten leren hoe ze door middel van impact ondernemerschap met maatschappelijke uitdagingen aan de slag kunnen gaan.

Ellen Oetelmans
Programma Manager Amsterdam Impact

Over Amsterdam Impact

Amsterdam Impact is een initiatief van de gemeente Amsterdam om het ecosysteem van impact ondernemerschap en de transitie naar een brede welvaartseconomie te stimuleren. Het ondersteunt en faciliteert impact ondernemingen (sociale ondernemingen en maatschappelijk gedreven bedrijven) en het bredere ecosysteem, met alle spelers die daarin een rol spelen, zoals investeerders, bedrijven, netwerkorganisaties, overheden en consumenten. Het richt zich op alle bedrijven die zowel financiële als maatschappelijke waarde creëren, variërend van sociale ondernemingen en startups tot grote bedrijven, en die maatschappelijke uitdagingen aanpakken door innovatief ondernemerschap. Daarnaast besteedt Amsterdam Impact speciale aandacht aan impact ondernemingen in de buurt.

Meer informatie: www.iamsterdam.com/impact

Inhoud

Samenvatting	5
Summary	6
Voorwoord	7
1. Inleiding	11
2. Achtergrond	13
2.1 De Amsterdamse context.....	13
2.2 Kennis uit drie domeinen.....	14
2.2.1 Sociaal, duurzaam en impact ondernemerschap.....	14
2.2.2 Ondernemerschapsonderwijs.....	15
2.2.3 Ontwikkeling van (sociaal) ondernemende competenties.....	17
2.3 Fawaka Ondernemersschool en haar programma's.....	18
3. Onderzoeksaanpak	21
3.1 Onderzoeksaanpak.....	21
3.2 Dataverzameling.....	22
4. Resultaten	30
4.1 Resultaten enquêtes kinderen.....	30
4.1.1 Basisdata.....	30
4.1.2 Evaluatie.....	32
4.1.3 Ontwikkeling kennis.....	35
4.1.4 Ontwikkeling vaardigheden.....	36
4.1.5 Ontwikkeling attitude.....	39
4.1.6 Ontwikkeling intenties.....	40
4.1.7 Leren.....	41
4.1.8 Overige opmerkingen.....	43
4.1.9 Totaalbeeld enquête.....	43
4.2 Resultaten groepsgesprekken.....	44
4.2.1 Duurzaam ondernemen en andere kennis.....	44
4.2.2 Gedrag.....	47
4.2.3 Intenties / toekomst.....	48
4.2.4 Overige opmerkingen.....	50
4.3 Resultaten interviews met ouders.....	50
4.3.1 Thuis vertellen.....	51
4.3.2 Actief meehelpen.....	52
4.3.3 Veranderingen bij kind.....	53
4.3.4 Ondernemer worden.....	54
4.3.5 Tips voor Fawaka.....	55
5. Discussie en conclusie	57
5.1 Evaluatie.....	57
5.2 Kennis.....	58

5.3	Vaardigheden	58
5.4	Attitude	59
5.5	Gedrag	59
5.6	Intenties	59
5.7	Conclusie.....	60
6.	Aanbevelingen.....	62
6.1	Aanbevelingen voor onderwijsaanbieders	62
6.2	Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	63
6.3	Aanbevelingen voor overheden	63
	Literatuur	65
	Bijlagen	67

1. Inleiding

Wat zijn de effecten van een onderwijsprogramma over sociaal en duurzaam ondernemen voor kinderen op de basisschool? Wat vinden kinderen ervan? Veranderen zij in hun denken en gedrag? En als kinderen de vraag krijgen wat zij later willen worden, gaan meer kinderen door zo'n programma dan 'sociaal ondernemer' antwoorden?

Met deze vragen gingen Amsterdam Impact, Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam eind 2020 een samenwerking aan. Fawaka leert kinderen en jongeren over sociaal en duurzaam ondernemen. Met steun van Amsterdam Impact (het programma van de gemeente Amsterdam dat impact ondernemerschap en de transitie naar een inclusieve en duurzame brede welvaart economie bevordert) kon Fawaka in 2021 voor zo'n 450 Amsterdamse basisschoolkinderen haar programma's uitvoeren. Het lectoraat Entrepreneurship van de Hogeschool van Amsterdam werd gevraagd onderzoek te doen naar de effecten.

Dit onderzoeksproject kreeg als doel mee om inzichtelijk te maken of deelname aan de modules van Fawaka Ondernemersschool bijdraagt aan de ontwikkeling van positieve(re) attitudes ten aanzien van, en (betere) vaardigheden voor sociaal ondernemerschap bij kinderen en of zij (daardoor) sociaal ondernemerschap zien als een toekomstig loopbaanperspectief.

De uitvoering van de programma's en het onderzoek hebben in een moeilijke periode plaatsgevonden. In een groot deel van de onderzoeksperiode waren er beperkingen door maatregelen om het coronavirus in te dammen. Alle betrokken partners hebben zich in deze periode flexibel getoond. De Hogeschool van Amsterdam (HvA) is eindverantwoordelijk voor de dataverzameling en rapportage, maar uitvoering hiervan vond altijd plaats in nauwe samenwerking met Fawaka en inhoudelijke samenspraak met Amsterdam Impact.

In dit onderzoeksrapport beschrijven we hoe het onderzoek is verlopen en wat het heeft opgeleverd. We schetsen de achtergrond, bespreken het proces van dataverzameling en zetten de resultaten gedetailleerd op een rij. Tenslotte trekken we conclusies en formuleren we aanbevelingen.



Foto's Jurre Rompa

2. Achtergrond

2.1 De Amsterdamse context

In snel tempo ontstaan de afgelopen jaren overal ter wereld, en ook in Nederland, bedrijven die het oplossen van maatschappelijke en ecologische problemen voorop stellen, in plaats van het maken van zoveel mogelijk winst. Dit wordt ook wel sociaal of duurzaam ondernemen genoemd¹.

Deze bedrijven ontstaan uit nieuwe vormen van economisch denken, die vaak beginnen bij het besef dat onbegrensde groei niet mogelijk is op een planeet met een begrensde hoeveelheid grondstoffen. Vanuit dat besef krijgt de economie een nieuw doel. Zo schrijft bijvoorbeeld Kate Raworth, een invloedrijke Britse econome die de gemeente Amsterdam adviseert en verbonden is aan de Hogeschool van Amsterdam, in haar boek *Donuteconomie* dat we ernaar moeten streven om te komen op een plek 'die de mensheid zowel een ecologisch veilige als sociaal rechtvaardige ruimte biedt'².

De gemeente Amsterdam herkent deze ontwikkeling richting nieuw economisch denken en speelt erop in³. Het Programma *Amsterdam Impact 2019-2022: Het versterken van het ecosysteem van Impact Ondernemerschap* van de gemeente Amsterdam heeft als doel voorwaarden te scheppen om impact ondernemerschap en de transitie naar een impact economie te stimuleren⁴. Voor de omslag naar deze brede welvaartseconomie, waarin alle spelers zich richten op een positieve bijdrage aan het oplossen van onze maatschappelijke uitdagingen – van kansengelijkheid tot de klimaatcrisis - is het opleiden van talent dat deze verandering mede kan vormgeven cruciaal. Een van de belangrijke aspecten is dus het investeren in talent- en competentieontwikkeling. Onderwijs speelt daarbij een belangrijke rol. En waar het gaat om sociaal ondernemerschap, kun je daar niet vroeg genoeg mee beginnen. Amsterdam Impact bevordert de totstandkoming van een doorlopende leerroute impact ondernemerschap en brede welvaartseconomie, van basisschool tot praktisch en theoretisch onderwijs.

Fawaka Ondernemersschool is een voorbeeld van een Amsterdamse sociale onderneming die hiermee bezig is.⁵ Fawaka biedt onder meer programma's aan waarin kinderen in de basisschoolleeftijd modulaire workshopreeksen volgen, waarin zij fictief hun eigen impactvolle bedrijf beginnen. Via deze programma's beoogt Fawaka kinderen, ongeacht de wijk waarin zij opgroeien, hun manier van leren en hun achtergrond, te leren ondernemen met oog voor de wereld en de mensen met wie zij die delen.

De programma's van Fawaka krijgen veel positieve publiciteit en enthousiaste reacties. Maar wat leveren de programma's nu concreet op? Gestructureerd onderzoek naar de effecten van de programma's ontbreekt nog. Het is daardoor nog niet duidelijk wat concreet de effecten zijn op de ontwikkeling van sociaal ondernemende attitudes, intenties en vaardigheden bij de deelnemende kinderen. Het ontwikkelen van inzichten hierin is cruciaal. Dat geldt aan de ene kant voor Fawaka zelf, dat haar programma's op basis van de inzichten zou kunnen bijsturen en in samenspraak met haar stakeholders keuzes kan maken rond het opschalen van en investeren in programma's.

Maar daarnaast is het vooral ook breder interessant. Als je kinderen wilt laten kennismaken met en leren over duurzaam en sociaal ondernemen, wat werkt er dan, en wat niet? Hiernaar blijkt nog weinig

¹ Zie o.a. Hogenstijn 2018. In paragraaf 2.2.1 werken we de begrippen verder uit.

² Raworth 2017, p. 48.

³ Zo is er een 'Amsterdamse stadsdonut' geproduceerd, waarin de principes van de Donuteconomie op Amsterdam zijn toegepast. Zie Doughnut Economics Action Lab, 2020.

⁴ Gemeente Amsterdam 2019.

⁵ Zie <https://www.fawakaondernemersschool.nl/>

specifiek onderzoek gedaan te zijn. Natuurlijk kunnen we wel voortbouwen op bestaande kennis uit verwante domeinen.

2.2 Kennis uit drie domeinen

Het draait in dit onderzoek om het meten van de effecten van onderwijsprogramma's over sociaal en duurzaam ondernemen, gericht op kinderen. We kunnen dus voortbouwen op bestaande inzichten uit drie verschillende domeinen:

1. Sociaal en duurzaam ondernemerschap
2. Ondernemerschapsonderwijs
3. Ontwikkeling van (sociaal) ondernemende competenties

We bespreken hieronder inzichten uit elk van deze domeinen die relevant zijn om mee te nemen in de onderzoeksopzet.

2.2.1 Sociaal, duurzaam en impact ondernemerschap

De meeste ondernemers definiëren hun missie en focus direct of indirect in termen van economische of financiële waarde. Ze meten hun prestaties op 'klassieke' wijze, in geld. Verder gaat veel aandacht naar de rol van factoren die nodig zijn om economisch succes te behalen, zoals leiderschap, ontwikkeling van nieuwe producten, innovatie en creativiteit, risicofinanciering en ideebescherming⁶. Dit klassieke beeld van ondernemen is de laatste jaren sterk aan het veranderen. Nieuwe vormen van economisch denken en bijbehorende nieuwe rollen voor ondernemerschap zijn in opkomst. Drie termen die daarbij horen zijn sociaal ondernemerschap, duurzaam ondernemerschap en impact ondernemerschap.

Sociaal ondernemen is gericht op meervoudige waardecreatie. Sociale ondernemingen werken aan het oplossen van maatschappelijke problemen vanuit een zelfstandige onderneming en creëren daarbij niet alleen financiële of economische waarde, maar ook en vooral maatschappelijke en ecologische waarde. De sociaal ondernemer heeft een aantal overeenkomsten met de commerciële ondernemer⁷, maar er zijn ook belangrijke verschillen. De sociaal ondernemer pakt kansen op het gebied van het aanpakken van maatschappelijke problemen (zoals honger of armoede) of in relatie tot milieukwesties (zoals toegang tot schoon water en hernieuwbare energie) en zoekt dus niet per definitie naar een gat in de markt, maar eerder naar een 'gat in de maatschappij'.⁸ De sociaal ondernemer meet haar prestaties of impact dan ook in relatie tot het creëren van maatschappelijke of ecologische waarde, naast financiële waarde⁹. Hoewel sociaal ondernemers zich noodzakelijkerwijs bezighouden met het creëren van economische waarde om te overleven, te innoveren en te gedijen, is het creëren van economische waarde voor hen *een middel* om hun doelen te bereiken in plaats van een doel zelf.

Duurzaam ondernemen is een brede term die verschillende interpretaties kent. De huidige interpretaties van de term duurzaamheid beginnen bij het klassieke rapport over duurzame ontwikkeling 'Our common Future' van de commissie-Brundtland, dat verscheen in 1987.¹⁰ Daarin wordt duurzame ontwikkeling gedefinieerd als 'een ontwikkeling die voorziet in de behoeften van de huidige generatie, zonder de behoeften van toekomstige generaties, zowel hier als in andere delen van de wereld, in gevaar te

⁶ Austin, Stevenson en Wei-Skillern, 2006.

⁷ Zie bijvoorbeeld Smith en Barr, 2008; Chell, 2007; Austin et al., 2006

⁸ Zie bijvoorbeeld Klomp, Wobben en Kleijer, 2016.

⁹ Zie Choi en Majumdar, 2013.

¹⁰ WCED, 1987.

brengen¹¹. Duurzaamheid draait erom dat iets op lange termijn ook nog kan blijven bestaan, in relatie tot twee hoofdelementen: de aarde en de mens.¹² In relatie tot ondernemerschap betekent dit dat vaak wordt geredeneerd vanuit de 'triple bottom line' of de 3 P's: People, Planet, Profit.¹³ Een bedrijf richt zich dan op het creëren van maatschappelijke waarde (People), ecologische waarde (Planet) en financiële waarde (Profit). Overigens heeft de bedenker van dit concept, John Elkington, enkele jaren geleden flinke bedenkingen geplaatst bij zijn eigen ideeën.¹⁴ Hij is van mening dat de term te breed gebruikt wordt en dat de economische systeemverandering die hij voor ogen had niet geholpen wordt door het huidige gebruik van de 3P's. Een terugkeer naar de originele definitie van de Brundtland-commissie past wel weer goed bij de nadruk op de lange termijn en de meervoudige waardecreatie die ook in sociaal ondernemerschap centraal staat.

Impact ondernemen tenslotte is een nieuwe term die de laatste jaren in opkomst is. Vaak wordt hier bedoeld op een brede groep ondernemingen die serieus bezig is met het maken van impact op sociaal, ecologisch en economisch vlak. In Amsterdam heeft de gemeente met haar programma Amsterdam Impact in 2019 ook voor deze bredere benadering gekozen. De term sociaal ondernemerschap is daarbij ingebed in het bredere begrip impact ondernemerschap. De gemeente doelt bij de term impact ondernemerschap zowel op ondernemingen die vertrekken vanuit een missiegedreven motief (sociale ondernemingen) als op degenen die vertrekken vanuit een winstgedreven motief (maatschappelijk gedreven ondernemingen).¹⁵

Het is duidelijk dat alle drie de termen wijzen op vormen van ondernemerschap waarin het creëren van maatschappelijke, ecologische en financiële waarde alle drie belangrijk zijn. Binnen Nederland zijn deze nieuwe vormen van ondernemerschap het afgelopen decennium flink in opkomst. Er ontstaat in snel tempo meer kennis over de specifieke uitdagingen van deze vormen van ondernemerschap en hoe hiermee om te gaan. Die kennis wordt ook steeds gestructureerder gedeeld, bijvoorbeeld in netwerken zoals het Kennisnetwerk Sociaal Ondernemerschap Nederland en de City Deal Impact Ondernemen¹⁶. Herkenning en erkenning van sociaal ondernemers wordt op verschillende manieren gestimuleerd. Gemeenten nemen hierin het voortouw, maar ook de landelijke overheid komt in actie.

2.2.2 Ondernemerschapsonderwijs

Ondernemerschapsonderwijs is de afgelopen 20 jaar wijd verspreid, vooral in het hoger onderwijs. Daarnaast is het ook veel bestudeerd in onderzoeksprojecten. In de eerste jaren was een belangrijke vraag of ondernemerschap überhaupt aan te leren was¹⁷. Daarna ontstond aandacht voor verschillende didactische benaderingen en hun effectiviteit. Verschillende elementen werden onderzocht: de ontwikkeling van kennis, veranderingen in attitudes, ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Uit dit onderzoek is onder meer gebleken dat activerende onderwijsvormen waarbij de student zelf aan de

¹¹ WCED, 1987. Vertaling van CBS, zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/economie/landbouw/monitor-duurzame-agro-grondstoffen-2016/toelichtingen-homepage-agro-grondstoffen/duurzaamheid>

¹² Boersma-de Jong 2021, p. 117.

¹³ Elkington & Rowlands, 1999.

¹⁴ Elkington 2018.

¹⁵ Gemeente Amsterdam 2019. Zie voor meer info over het begrip impact ondernemen ook Hogenstijn, Koomen en Wakkee, 2020.

¹⁶ Zie www.kson.nl en <https://agendastad.nl/citydeal/impact-ondernemen/>

¹⁷ Kuratko, 2005.

slag gaat relatief de meeste impact opleveren. Daarnaast blijkt ook de inzet van ondernemende rolmodellen waarmee de student zich kan identificeren een factor van belang te zijn¹⁸.

Het overgrote deel van het onderzoek naar ondernemerschapsonderwijs is uitgevoerd in het hoger onderwijs. Pas de laatste jaren neemt de aandacht voor ondernemerschap in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs toe. In 2020 zetten Brüne en Lutz¹⁹ de resultaten van 21 onderzoeken naar ondernemerschapsonderwijs op scholen op een rij. De programma's en de leeftijdsgroepen waarop deze zich richtten varieerden enorm; en dat gold ook voor de opzet van de onderzoeken en de uitkomsten. Desalniettemin vonden de onderzoekers enkele algemene richtingen in de uitkomsten, vooral op het gebied van self-efficacy (vrij vertaald het geloof in het eigen kunnen) en de wens te gaan ondernemen. De resultaten van de programma's bleken te verschillen op drie elementen:

- eerdere ervaring met ondernemerschap: bij degenen met eerdere ervaringen nam de wens om te ondernemen sterker toe;
- leeftijd: bij jongere kinderen zijn sterkere positieve effecten te zien. Zowel het geloof in eigen kunnen als de wens om te ondernemen neemt sterker toe dan bij oudere kinderen;
- gender: bij meisjes neemt het geloof in eigen kunnen na programma's in het algemeen af, terwijl het bij jongens toeneemt.

Tot slot blijken programma's beter te werken als ze 'speels' (playful) zijn georiënteerd, dan wanneer ze meer op competitie zijn gericht.²⁰

Bij deze resultaten moet wel worden aangetekend dat de onderzochte programma's vooral gericht zijn op commerciële vormen van ondernemerschap of ondernemend gedrag in algemene zin. Ook lopen de leeftijden van de kinderen in de onderzoeken sterk uiteen: één programma richt zich op jongere kinderen (6-8 jaar), de meeste op (veel) oudere kinderen en jongeren, terwijl vier programma's een vergelijkbare leeftijdsgroep hadden als de hier onderzochte programma's van Fawaka. Dit waren een Spaans programma voor kinderen van 8-12 jaar²¹, een Mexicaans programma voor kinderen van 11-12 jaar²², een Zweeds programma voor kinderen van 10-12 jaar²³ en een Nederlands programma voor kinderen van 11-12 jaar. Dat Nederlandse programma betrof het 'BizWorld' onderwijsprogramma dat werd gegeven op basisscholen. Laura Huber en collega's deden onderzoek naar de effectiviteit ervan. Hun uitkomsten wezen op positieve effecten in de ontwikkeling van niet-cognitieve ondernemersvaardigheden zoals creativiteit, pro-activiteit en het durven nemen van risico's. Op de ontwikkeling van cognitieve vaardigheden was weinig effect te zien. Op ondernemende intenties zagen de onderzoekers een negatief effect: kinderen waren na afloop gemiddeld minder positief op de vraag of ze later zelf wilden gaan ondernemen.²⁴ Dit effect is bekend uit de literatuur over ondernemerschapsonderwijs in het algemeen en staat bekend als het 'sorting effect'.²⁵ Dit effect houdt in dat deelnemers na een onderwijsprogramma over ondernemerschap duidelijker 'gesorteerd' worden in enerzijds een (iets kleinere) groep die wel wil ondernemen en anderzijds een (iets grotere) groep die niet wil ondernemen.

Bij al deze inzichten over ondernemerschapsonderwijs in het algemeen en voor kinderen in het bijzonder moet worden vermeld dat deze niet specifiek gaan over programma's die zijn gericht op sociaal, duurzaam of impact ondernemerschap. Hier bevindt zich nog echt een 'kennisgat', zoals de Europese

¹⁸ Zie bijvoorbeeld Von Graevenitz, Harhoff, & Weber (2010) en Nabi et al. 2017.

¹⁹ Brüne & Lutz, 2020

²⁰ Brüne & Lutz 2020, p. 293-300.

²¹ Atienza-Sahuquillo et al., 2016.

²² Cárcamo-Solís et al., 2017.

²³ Leffler & Svedberg, 2005.

²⁴ Huber, Sloof, & Van Praag (2014).

²⁵ Von Graevenitz, Harhoff, & Weber (2010).

Commissie ook schreef in het Action Plan on Social Economy dat ze in december 2021 lanceerde: 'social economy business models, including the cooperative forms, are still far from being a standard component in all entrepreneurship education curricula and business courses'²⁶.

Een mooie uitzondering op deze regel betreft de studie van Bisanz en collega's.²⁷ Hierin hebben de auteurs een overzicht gepresenteerd van (SDG-)challenge based ondernemerschapsonderwijs op basisscholen in Oostenrijk. Ze laten zien dat het programma kinderen hun zelfvertrouwen, eigen initiatief, innovatie, creativiteit, mindfulness, empathie, zelfmotivatie en participatie in de samenleving heeft versterkt.

2.2.3 Ontwikkeling van (sociaal) ondernemende competenties

De laatste jaren is er met name vanuit de Europese Commissie veel aandacht besteed aan de vraag hoe ondernemende competenties het beste ontwikkeld kunnen worden. Dit heeft onder meer zijn beslag gekregen in het Entrecomp raamwerk²⁸ waar we ook binnen de Hogeschool van Amsterdam mee werken. Dit raamwerk benoemt drie hoofdthema's: 'ideeën en kansen', 'middelen', en 'in actie'. Elk van die hoofdthema's is uitgewerkt in vijf vaardigheden (zie tabel 2.1).

Tabel 2.1 Het Entrepreneurship Competence raamwerk: domeinen en competenties

Domeinen	Competenties
1. Ideeën en kansen	1.1 Kansen herkennen 1.2 Creativiteit 1.3 Visie 1.4 Ideeën valoriseren 1.5 Ethisch en duurzaam denken
2. Middelen	2.1 Zelfbewustzijn en zelfredzaamheid 2.2 Motivatie en doorzettingsvermogen 2.3 Middelen inzetten 2.4 Financiële en economische geletterdheid 2.5 Anderen mobiliseren
3. In actie	3.1 Het initiatief nemen 3.2 Planning en beheer 3.3 Omgaan met onzekerheid, ambiguïteit en risico 3.4 Met anderen werken 3.5 Door ervaring leren

Bron: www.vlaio.be/nl/media/1313.

Het Entrecomp raamwerk maakt geen expliciet onderscheid tussen vaardigheden voor commercieel en sociaal ondernemerschap. In de jaren na publicatie zijn wel verschillende varianten ontwikkeld en inmiddels is ook het 'Greencomp European sustainability competence framework' gepubliceerd, waarin vaardigheden rond duurzaamheid centraal staan.²⁹ Voor de tools die rondom het Entrecomp competentieraamwerk zijn ontwikkeld geldt dat de meetinstrumenten vooral gericht zijn op (jong-) volwassenen en dus minder bruikbaar voor onderzoek bij jonge kinderen.

²⁶ European Commission, 2021, p. 14.

²⁷ Bisanz et al. (2019).

²⁸ Bacigalupo et al. (2016). Nederlandse vertaling via <https://www.vlaio.be/nl/media/1313>.

²⁹ Bianchi et al., 2022. Het Greencomp framework is pas na de dataverzamingsfase voor dit onderzoek gepubliceerd en kon dus niet worden meegenomen in de onderzoeksopzet.

Naast de in de eerdere paragraaf over ondernemerschapsonderwijs genoemde onderzoeken is enkele jaren geleden ook nog een specifiek onderzoek naar ondernemerschapsvaardigheden in het basisonderwijs uitgevoerd aan de Universiteit Twente.³⁰ In een casestudie is onderzocht welk effect een interventie heeft op een ondernemende houding bij leerlingen. Dit onderzoek is uitgevoerd op een kleine dorpsschool in de buurt van Apeldoorn in groep 7/8 (21 leerlingen). Deze groep is een fictief bedrijf begonnen, waar ze gedurende een jaar twee keer per maand mee bezig zijn. Door middel van interviews met de leerlingen en leerkracht is geanalyseerd waarin leerlingen zich ontwikkelden en hoe zij deze interventie ervaren hebben. Uit dit onderzoek kwam het belang van een realistische context en gevoel van eigendom duidelijk naar voren. Het is de basis voor een positief effect op de ontwikkeling van de ondernemerscompetenties samenwerking, zelfsturing en presenteren. Daarnaast blijkt de realistische interventie een effect te hebben op de motivatie van de leerlingen, doordat de manier van lesgeven beter bij de leerlingen past, voor plezier zorgt en grote betrokkenheid bij ouders en ondernemers uit de omgeving tot gevolg heeft.

Dit onderzoek was dus niet specifiek gericht op sociaal ondernemerschap en draaide vooral om de ontwikkeling van een ondernemende houding. Wel werden de kinderen zélf bevraagd. We hebben een aantal vragen uit de voor dit onderzoek gebruikte vragenlijsten als inspiratie gebruikt voor de eigen vragenlijst. Ook een nog iets ouder onderzoek van Panteia naar ondernemerschapsvaardigheden op de basisschool uit 2007³¹ vormde een inspiratiebron (zie hoofdstuk 3).

2.3 Fawaka Ondernemersschool en haar programma's

Hoe zien de programma's die Fawaka uitvoert op Amsterdamse basisscholen er precies uit? Fawaka Ondernemersschool is een sociale onderneming die educatieve activiteiten aanbiedt op het gebied van duurzaam ondernemen voor kinderen en jongeren. De missie is 'alle kinderen en jongeren in Nederland kennis laten maken met duurzaam ondernemerschap'³². Het achterliggende idee bij deze missie is als volgt: 'Om de grote ecologische en maatschappelijke uitdagingen waar wij als land en wereld voor staan het hoofd te kunnen bieden moeten we de jonge generatie duurzaam en inclusief onderwijs gekoppeld aan ondernemend gedrag bieden'. Fawaka heeft daarbij extra aandacht voor kinderen die moeilijk toegang hebben tot innovatieve educatieve programma's. Want álle kinderen moeten mee kunnen doen, ongeacht de wijk waarin ze opgroeien, hun achtergrond of hun manier van leren.' Fawaka gaat uit van vijf kernwaarden voor al hun programma's.

Kernwaarden Fawaka

- Ondernemerschap
- Diversiteit & inclusie
- Duurzaamheid
- Niet praten maar doen
- Talentontwikkeling

In de uitvoering van haar programma's richt Fawaka zich zowel op een ondernemende houding als op duurzaam handelen: 'Aan de ene kant leren we kinderen een ondernemende houding, bijvoorbeeld creatief denken, samenwerken, oplossingsgericht denken en doorzettingsvermogen; oftewel

³⁰ Van Welsen (2012).

³¹ Bal et al. (2007). Dit betrof geen empirisch onderzoek onder kinderen, maar een combinatie van literatuurreview en interviews met experts.

³² <https://www.fawakaondernemersschool.nl/fawaka/>

zelfontplooiing. Aan de andere kant leren we de kinderen duurzaam handelen, oftewel positief naar mens en milieu³³.

Fawaka biedt onderwijsprogramma's voor verschillende onderwijsniveaus, maar we focussen hier op de programma's voor de basisschool. In 2022 worden negen programma's aangeboden, gericht op verschillende groepen³⁴. Dit zijn allemaal programma's die op school in de reguliere lestijd worden aangeboden..

In dit onderzoek zijn twee programma's onderzocht, die zijn uitgevoerd binnen basisscholen (groep 6-8), in reguliere lestijd, door trainers van Fawaka zelf. Deze programma's omvatten zes lessen of activiteiten van twee uur. Er zijn twee varianten:

- Choco Ondernemers
- UpCycle Ondernemers.

Hieronder staan de korte omschrijvingen van deze programma's van Fawaka zelf.

Choco Ondernemers

Een groep kinderen gaat de uitdaging aan om hun eigen fairtrade chocolademerke te ontwikkelen en het meest succesvolle bedrijf te worden. De kinderen onderzoeken o.a. verse cacaovruchten, het productieproces en de productieketen. Ze krijgen lessen over marketing, pitchen en prijs bepalen. Ze ontwerpen hun eigen chocoladewikkel met hulp van een grafisch vormgever. Ze pitchen hun bedrijf voor een bankier en werken toe naar de Heerlijke Eerlijke Chocolademarkt! Het eindevenement waar de kinderen hun zelf ontwikkelde fairtrade chocolademerken verkopen.

Upcycle Ondernemers

Afval bestaat niet! Kinderen gaan de uitdaging aan om restmateriaal waarde te geven en het meest succesvolle bedrijf te worden. Samen met een productvormgever ontwerpen en maken ze hun eigen productlijn van afgedankt materiaal en geven ze "afval" een tweede leven. Ze leren over recyclen, upcyclen en circulariteit. De kinderen zullen ontdekken dat wat we weggooien een grondstof kan zijn voor iets nieuws. Ook krijgen de kinderen lessen over marketing en pitchen. Ze pitchen hun product voor een bankier en werken toe naar de Upcycle Makersmarkt, waar de kinderen hun zelfontwikkelde items verkopen.

Beide programma's worden normaal gesproken dus afgesloten met een evenement waarbij ook ouders welkom zijn in de school. Vanwege de coronamaatregelen was dit ten tijde van het onderzoek niet mogelijk. In het Choco programma verkochten de kinderen chocoladerepen aan familie en vrienden. Het programma werd afgesloten door de opbrengst van de verkoop door de verschillende groepjes in de klas bekend te maken. Het Upcycle programma werd afgesloten door in groepjes een rap te doen voor de hele klas. Bij beide programmavarianten kregen de kinderen aan het eind een certificaat van deelname uitgereikt, ondertekend door de Fawaka-docent.

De programma's werden uitgevoerd door docenten van Fawaka zelf, die daarvoor door Fawaka getraind zijn. Het verschilde per school of de reguliere groepsdocent ten tijde van de lessen in de groep aanwezig was; in elk geval had de Fawaka-docent de leiding.

³³ <https://www.fawakaondernemersschool.nl/wat-we-doen/>

³⁴ <https://www.fawakaondernemersschool.nl/wp-content/uploads/2022/03/Aanbodsflyer-PO-Binnenschools-17-03-2022.pdf>

Voor beide programma's bestaat een uitgebreide docentenhandleiding die door Fawaka aan de onderzoekers ter inzage is gegeven. Hierin staan per les voorbereiding, leerdoelen, activiteiten / werkvormen, opdrachten en materialen beschreven. De docenten beschikken tijdens het programma daarnaast over een 'kist' met materiaal, plus een online bibliotheek met onder meer beeldmateriaal en filmpjes.

Foto 2.1 Een klassikaal uitlegmoment tijdens één van de Fawaka-lessen



Foto Jurre Rompa

Door de uitgebreide handleidingen worden de programma's in elke school op vergelijkbare wijze uitgevoerd, hoewel er natuurlijk ruimte is voor improvisatie door de docent. Hieronder staan de belangrijkste praktische kenmerken van de onderzochte Fawaka programma's nogmaals op een rij.

Kenmerken onderzochte programma's Fawaka Ondernemersschool

- In groep 6-8 basisschool binnen reguliere lestijd
- Uitgevoerd onder leiding van Fawaka-docent
- Duur: zes dagdelen (2-2,5 uur)
- Kinderen werken in groepjes aan eigen producten
- Ondernemersvaardigheden komen aan de orde
- Twee varianten: Choco en Upcycle

3. Onderzoeksaanpak

3.1 Onderzoeksaanpak

Over de effecten van onderwijsprogramma's rond sociaal ondernemen is weinig bekend. Over de effecten van zulke programma's voor kinderen is nog minder bekend, en over de mening van kinderen zélf over zulke effecten misschien wel het minst. Daarom is al bij de start van het onderzoek de keuze gemaakt om bij de dataverzameling de nadruk te leggen op de deelnemende kinderen en waar mogelijk aanvullend onderzoek te doen onder ouders.

Het doel van het onderzoek is 'om inzichtelijk te maken of deelname aan de sociaal ondernemerschapsmodules van Fawaka bijdraagt aan de ontwikkeling van positieve(re) attitudes ten aanzien van, en (betere) vaardigheden voor sociaal ondernemerschap bij kinderen en of zij (daardoor) sociaal ondernemerschap zien als een toekomstige loopbaanperspectief.'

In deze doelstelling komen de hoofdconcepten attitudes, vaardigheden en intenties al expliciet naar voren. Een vierde hoofdconcept, kennis, ligt aan de basis van het programma. Een vijfde hoofdconcept, gedrag, kan een uitkomst zijn. Tenslotte willen we de Fawaka programma's ook evalueren.

Hoofdconcepten in het onderzoek:

1. Kennis
2. Vaardigheden
3. Attitude
4. Gedrag
5. Intenties
6. Evaluatie

Omdat de *ontwikkeling* rond de eerste vijf hoofdconcepten centraal staat, is gekozen voor een meting voorafgaand aan het programma (T0) en een meting na het programma (T1) met een vragenlijst die vergelijken mogelijk maakt. Om een realistisch beeld te krijgen van de effecten vormen deze twee vragenlijsten voor alle deelnemende kinderen het belangrijkste middel in de dataverzameling.

Daarbij is onmiddellijk uitgesproken dat het uitdrukkelijk niet de bedoeling is om de ontwikkeling van kennis of vaardigheden op een toetsende manier te bevragen bij de kinderen, omdat dit niet past bij de uitgangspunten van het Fawaka programma. Dit impliceert dat de ontwikkeling van vaardigheden bij de kinderen de vorm van zelfevaluatie wordt bevroegd.

Door het gebrek aan eerder onderzoek naar in dit project te bestuderen vormen van onderwijs waren er nog relatief weinig bruikbare meetinstrumenten beschikbaar om direct in het onderzoek toe te passen. Daardoor hebben we zelf vertalingen moeten maken van schalen die zijn ontwikkeld voor oudere leerlingen en studenten naar de belevingswereld en cognitieve vermogens van jonge kinderen in de bovenbouw van het primair onderwijs.

Een vragenlijst is per definitie beperkt en zeker voor kinderen moet deze niet te lang zijn. Om toch de diepte in te kunnen gaan rond de hoofdconcepten, is ervoor gekozen om naast de vragenlijsten ook via interviews data te verzamelen. Daarbij is al snel gekozen voor groepsgesprekken in de klas. Dit vormt voor kinderen een setting waarin ze elkaar goed kunnen aanvullen en die relatief veilig voelt.

Een andere doelstelling van het onderzoek is om de programma's van Fawaka te helpen verbeteren. Daarom, en om de vragen goed af te stemmen op de inhoud van de onderwijsprogramma's, is de theory

of change (TOC) van Fawaka Ondernemersschool als belangrijk uitgangspunt gebruikt bij het uitwerken van de dataverzameling. In de TOC van Fawaka staat beschreven wat de beoogde impact van de programma's op de lange termijn is, en via welke outcomes en outputs naar deze impactdoelen gestreefd wordt. In de TOC staan negen concrete outputdoelen benoemd. Deze staan in tabel 3.1 (iets anders geclusterd dan door Fawaka zelf) onder elkaar.

Het is niet mogelijk om rond alle doelen data te verzamelen. De nadruk in de dataverzameling ligt daarom op de direct meetbare effecten voor kinderen, die vooral passen bij doelen 5, 6 en 7. De laatste twee outputdoelen 'lesstof thuis aangekaart' en 'ouders actief betrokken bij leerproces' richten zich expliciet op ouders. Daarom is besloten om ook bij ouders data te verzamelen, in de vorm van korte interviews.

Drie elementen dataverzameling:

1. Vragenlijsten voor alle kinderen voor en na het programma (T0 en T1)
2. Verdiepende groepsgesprekken met kinderen
3. Korte interviews ouders

Tabel 3.1: Koppeling outputdoelen theory of change Fawaka en dataverzameling

Outputdoel	Enquête kinderen	Groeps-gesprek	Interview ouders	Uitwerking / bijzonderheden
1. Theoretische / praktische inzichten duurzaamheid	x			<i>Komt terug in vragen naar kennis</i>
2. Onderwijsaanbod verbreed				<i>Niet expliciet in onderzoek meegenomen</i>
3. Verschillende achtergronden bereikt				<i>Niet expliciet in onderzoek meegenomen</i>
4. Diversiteit en representativiteit voor de klas en in de lesprogramma's				<i>Niet expliciet in onderzoek meegenomen</i>
5. Zelf ontdekken / leren gestimuleerd	x	x		<i>Kernelement vragenlijst</i>
6. Eigen krachten ontdekken	x	x		<i>Kernelement vragenlijst</i>
7. Ondernemerschapsvaardigheden aangeleerd	x	x		<i>Kernelement vragenlijst</i>
8. Lesstof thuis aangekaart	x	x	x	<i>Alleen in nameting kinderen</i>
9. Ouders actief betrokken bij leerproces		x	x	

3.2 Dataverzameling

De dataverzamelingsstrategie voor dit onderzoek komt dus voort uit het 'gat' dat we constateerden bij het eerdere onderzoek naar dit onderwerp, en de theory of change van Fawaka. Bij het uitwerken van de strategie speelden verder een aantal praktische elementen een rol.

- Gebruiksvriendelijkheid voor een brede doelgroep kinderen. We wilden een groot aantal kinderen bevragen in groep 6 tot en met 8. Dit zijn kinderen met zeer uiteenlopende taal- en

ontwikkelingsniveaus. Om ervoor te zorgen dat zij allemaal in staat zijn de vragenlijst in te vullen, moet de vragenlijst kort en helder zijn. Vragen moeten zoveel mogelijk gaan over concrete zaken. We hebben we daarom gekozen voor een vragenlijst waarbij we zoveel mogelijk werkten met stellingen die kinderen beantwoorden op een 5-punts Likertschaal. Dat betekent dat kinderen vijf antwoordopties gepresenteerd kregen, variërend van het ene uiterste (helemaal eens) tot het andere uiterste (helemaal oneens). Voor het presenteren van de antwoordopties werkten we niet met woorden maar met smileys. Deze geven op twee manieren uitdrukking aan de schaalverdeling. Dat is ten eerste door de uitdrukking op het gezichtje (uiteenlopend van erg verdrietig naar erg blij kijkend) en ten tweede door de kleur (van rood via geel naar groen). De smileys werden online in kleur weergegeven en in printversies in kleur afgedrukt. Aan het einde van de vragenlijst was ruimte voor een algemene open vraag (beide enquêtes) en een extra open vraag over wat de kinderen geleerd hebben (alleen T1).

- Zo min mogelijk persoonlijke data. We vroegen de kinderen zeer beperkt naar achtergrondgegevens, zodat de uitkomsten niet individueel te herleiden zijn. We vroegen alleen naar de groep waarin ze zitten en naar gender. Dit is relevant, omdat in de literatuur over ondernemerschapintenties vaak significante verschillen tussen vrouwen / meisjes enerzijds en mannen / jongens anderzijds gevonden worden. Daarnaast is een element nodig dat we kunnen gebruiken om de T0 aan de T1 te koppelen. Na overleg met de Ethische Commissie Onderzoek van de HvA is ervoor gekozen dit te doen door middel van een zelfgekozen 'nickname' die de kinderen bij het invullen van T0 bedenken en vervolgens bij het invullen van T1 opnieuw invullen. Deze nicknames zijn enkel gebruikt om de koppeling te maken.
- Verdeling van te meten concepten over vragenlijst en focusgroepgesprek. Een belangrijk doel van voor/nameting met behulp van vragenlijsten voor alle deelnemers is het laten zien van een ontwikkeling naar aanleiding van het programma. Concepten die hiermee samenhangen, hebben voorrang gekregen bij het samenstellen van de vragenlijsten. Concepten die moeilijker in een gesloten vraag te bevragen zijn en/of verdieping behoeven, zijn op de topiclijst voor de focusgroepgesprekken gezet. Ook hier moesten keuzes worden gemaakt, omdat voor deze gesprekken naar verwachting maximaal tussen de 20-30 minuten per groep beschikbaar zou zijn.

Met deze praktische beperkingen als uitgangspunt is een vragenlijst samengesteld, waarbij de bedoeling was om desondanks op alle hoofdconcepten vragen te stellen. Dat heeft ertoe geleid dat geen gebruik kon worden gemaakt van bestaande gevalideerde vragenlijsten, maar een eigen lijst moest worden gemaakt. In overleg met Fawaka en Amsterdam Impact en de Ethische Commissie Onderzoek van de HvA is uiteindelijk gekomen tot een vragenlijst met 21 stellingen als kern, voor de T1 aangevuld met nog vijf extra evaluerende stellingen.

Het uitgangspunt bij het samenstellen van de vragenlijst was het vinden van een balans tussen de wens om veel concepten te meten en de praktische uitvoerbaarheid. In vervolgonderzoek zou verder de diepte in kunnen worden gegaan door in te zoomen op één van de hoofdconcepten en deze concepten nog gedetailleerder uit te vragen.

Het dataverzamelingsplan staat beschreven in een uitgebreid document, waarmee voor het onderzoek toestemming is verkregen van de Ethische Commissie Onderzoek van de HvA. Het onderzoek bestond dus uit drie hoofdelementen:

- een enquête onder alle deelnemende kinderen voorafgaand aan het programma (T0) en na afloop van het programma (T1);
- verdiepende groepsgesprekken met groepen kinderen na afloop van het programma;
- korte interviews met ouders over de impact in de thuisomgeving.

De dataverzameling onder deelnemende kinderen vond plaats in de school, rond de lessen van Fawaka Ondernemersschool. De deelnemende scholen zijn door Fawaka geworven. In de communicatie van Fawaka naar de deelnemende scholen is daarbij verteld dat aan het programma een onderzoek gekoppeld is dat door de Hogeschool van Amsterdam wordt uitgevoerd. De eerste details daarover werden door Fawaka aan de school doorgegeven. Vervolgens heeft het onderzoeksteam met de contactpersoon van de school de praktische zaken rond het onderzoek afgestemd, waaronder de procedures rond informed consent (zie onder).

Oorspronkelijk was het plan om eerst een pilot uit te voeren op één school, en pas na afloop en evaluatie daarvan de hoofdfase van het onderzoek in te gaan. Uiteindelijk is inderdaad op één school gestart in een 'plusklas', samengesteld uit leerlingen van groep 6 t/m 8 die extra uitdagend onderwijs volgen. De volgende scholen gingen echter al tijdens de pilot van start, omdat er veel vertraging was ontstaan vanwege de schoolsluiting in de coronacrisis. Na afname van de T0 in de plusklas zijn nog enkele kleine aanpassingen gedaan in de toelichtende teksten bij de vragenlijst. De vragenlijst zelf is identiek gebleven en de resultaten van de eerste school zijn dus gewoon meegenomen in het totaal.

Uitvoering van de dataverzameling vond plaats in drie fasen (tabel 3.2). De omstandigheden per fase verschilden enigszins, met name in relatie tot de beperkende maatregelen vanwege het coronavirus. Het onderzoeksteam heeft gedurende het onderzoek een logboek bijgehouden, waarin bijzonderheden over de gang van zaken in de klas en korte observaties over de sfeer op school zijn opgenomen. Bevindingen over de omstandigheden staan samengevat in tabel 3.2.

Tabel 3.2: Fasen dataverzameling onderzoek

Fase	Periode	Klassen	Omstandigheden	Sfeer op school (interpretatie onderzoeksteam)
1	Maart-april 2021	6	Start eerste school onmiddellijk na einde schoolsluiting; nog beperkende maatregelen rond toegang school / afstand / mondkapjes	Blij weer naar school te kunnen
2	Mei-juli 2021	13	Beperkende maatregelen verschillend per school	Wisselend, vermoeidheid richting einde van lastig schooljaar
3	September-november 2021	2	Toenemende beperkende maatregelen gedurende programma	Toenemende stress, mede vanwege dreigende maatregelen

Deelnemende scholen

In totaal hebben 21 klassen van acht scholen deelgenomen aan het Fawaka-programma. De scholen liggen in vier Amsterdamse stadsdelen en hebben allemaal een diverse leerlingenpopulatie. Dat past in het beeld van Amsterdam als superdiverse stad, waar gemiddeld 61% van de leerlingen een migratieachtergrond heeft.³⁵ In tabel 3.3 staan de deelnemende scholen op een rij. Ze zijn geanonimiseerd vanwege privacyredenen. Daarom is bij de kenmerken ook geen precies leerlingaantal opgegeven, maar is dit in categorieën ingedeeld. De categorisering in buurtschool of school met een

³⁵ Gemeente Amsterdam (2020). *De Staat van het Amsterdamse primair onderwijs 2020*, p. 16. Een leerling heeft een migratieachtergrond als de leerling zelf of tenminste één van de ouders in het buitenland geboren is.

groter herkomstgebied qua leerlingen is gebaseerd op Scholen op de Kaart.³⁶ Bijzonder onderwijs betekent dat het gaat om scholen die lesgeven vanuit een godsdienst of levensbeschouwelijke overtuiging.

Tabel 3.3: Overzicht deelnemende scholen

School	Kenmerken	Programma	Fase	Groepen
Zuidoost 1	200-300 leerlingen, uit hele stadsdeel / regio, bijzonder onderwijs	Choco	1	Plus*
Nieuw-West 1	200-300 leerlingen, uit hele stadsdeel / regio, bijzonder onderwijs	Choco	1	6 (2x), 7 (2x)
Zuidoost 2	300-400 leerlingen, uit hele stadsdeel, bijzonder onderwijs	Choco, Upcycle	1,2	7 (2x)
Oost 1	200-300 leerlingen, buurtschool, openbaar onderwijs	Upcycle	2	8 (2x)
Noord 1	150-200 leerlingen, buurtschool, openbaar onderwijs	Upcycle	2	6, 7, 8
Noord 2	200-300 leerlingen, buurtschool, openbaar onderwijs	Upcycle	2	7, 7-8, 8
Zuidoost 3	300-400 leerlingen, buurtschool, openbaar onderwijs	Upcycle	2	6 (2x), 7 (2x)
Oost 2	400-500 leerlingen, wijkschool, openbaar onderwijs	Choco	3	7 (2x)

Informed consent

De deelnemers aan het onderzoek zijn door de onderzoekers geïnformeerd over het onderzoek en op verschillende manieren om toestemming gevraagd. De informed consent procedure kende verschillende stappen:

- Actieve informed consent van de schoolleiding. De schoolleiding werd geïnformeerd over het onderzoek door de onderzoekers en ondertekende een toestemmingsformulier (zie appendix A). Dit is ontvangen van alle scholen.
- Passieve informed consent van ouders voor deelname van kinderen aan de enquête. Dit betekent dat ouders vooraf zijn geïnformeerd over het onderzoek door middel van een brief die meegegeven is aan de kinderen. Ze kregen daarbij de gelegenheid vragen te stellen en konden het aangeven als ze willen dat hun kind niet meedoet ('opt out', zie appendix B voor een voorbeeldbrief). Voorwaarde voor deze vorm van informed consent is dat geen persoonsgegevens van de kinderen gevraagd worden. Daarom is kinderen bijvoorbeeld niet gevraagd naar hun naam of leeftijd, maar is gewerkt met een systeem van 'nicknames' voor het koppelen van de T0 en de T1 enquêtes. Van de 'opt out' hebben 4 ouders gebruikgemaakt. In totaal zijn van 450 kinderen data verzameld.
- Actieve informed consent van ouders voor de deelname van hun kind aan een groepsgesprek en deelname van de ouder zelf aan een ouderinterview ('opt in', zie appendix C voor een

³⁶ www.scholenopdekaart.nl. Een buurtschool trekt voornamelijk leerlingen uit de onmiddellijke omgeving van de school; een wijkschool vanuit een iets groter gebied. Andere scholen ontvangen leerlingen uit een heel stadsdeel, meerdere stadsdelen en/of van buiten Amsterdam.

voorbeeldbrief). Dit is uitgevraagd in één formulier, dat meegegeven is aan de kinderen en waarop ouders actief voor toestemming moesten tekenen. In totaal hebben ouders voor 146 kinderen een informed consent formulier ingevuld (zie tabel 3.4). Hierbij blijken er grote verschillen in respons tussen scholen te zijn. In fase 2 en 3 was er duidelijk minder respons van ouders dan in fase 1.

- Tenslotte is de kinderen zelf in de klas door de onderzoekers uitgelegd wat het onderzoek inhoudt en kregen ze vooraf de gelegenheid hierover vragen te stellen en aan te geven als ze niet willen meedoen. De kinderen voor de groeps gesprekken is actief gevraagd of ze willen meedoen.

Tabel 3.4. Overzicht ontvangen informed consent formulieren

Toestemming groeps gesprek én ouderinterview	43
Toestemming groeps gesprek, geen ouderinterview	65
Geen toestemming groeps gesprek én geen ouderinterview	32
Onduidelijk / onvolledig	6
Totaal ontvangen informed consent formulieren	146

Praktische gang van zaken

- In de meeste klassen is zowel bij de eerste les (afname van de T0-enquête) als de laatste les (T1-enquête en groeps gesprek) een onderzoeker in de klas aanwezig geweest, die uitleg gaf over het onderzoek en de gelegenheid om vragen te stellen. Waar dat niet mogelijk was, is een video gebruikt waarin een onderzoeker uitlegt wat de bedoeling is. Vervolgens heeft de Fawaka-docent gelegenheid gegeven tot vragen stellen en heeft die de enquête afgenomen. In drie klassen is de T1-enquête afgenomen door de Fawaka-docent, maar is op een later moment nog een onderzoeker langs geweest voor een groeps gesprek.
- De dataverzameling en informed consent procedure was strak georganiseerd, maar kende door diverse omstandigheden (coronamaatregelen, communiceren over vele schijven, praktische problemen in de klas) toch enkele problemen. In één klas is vanwege een misverstand rond informed consent formulieren de T0-enquête door een deel van de leerlingen pas enkele dagen na de eerste les ingevuld. In een andere klas is de T1-enquête door omstandigheden in de klas niet meteen na afloop van de laatste les, maar enkele dagen later in bijzijn van een onderzoeker ingevuld. In één klas hebben enkele kinderen bij de T1 door een misverstand nogmaals de T0 ingevuld, waardoor hun respons op enkele evaluatievragen ontbreekt.
- In twee klassen zijn helemaal geen informed consent formulieren voor groeps gesprekken / ouderinterviews binnengekomen of zijn deze op school kwijtgeraakt.
- In de meeste klassen hebben de onderzoekers met een groepje kinderen een verdiepend gesprek gevoerd. Dit gebeurde in principe meteen na de laatste les. Drie gesprekken hebben één of enkele dagen later plaatsgevonden.
- De onderzoekers hebben vanaf de dag na de laatste les tot een week na de laatste les gebeld met ouders die hadden aangegeven te willen meewerken aan het telefonisch interview.
- Groeps gesprekken en ouderinterviews zijn opgenomen en getranscribeerd.
- De praktische gang van zaken tijdens de dataverzameling op school is door de onderzoekers bijgehouden in een gedeeld bestand 'fieldnotes'. In sommige gevallen is informeel gesproken met de groepsdocent van de klas (waar aanwezig), maar er is niet gestructureerd data verzameld onder de leerkrachten van de scholen waar de lessen zijn gehouden.

- Na afronding van de lessen is alle Fawaka docenten per mail gevraagd of er nog bijzonderheden zijn die volgens hen de resultaten in een bepaalde klas kunnen beïnvloeden.

Vragenlijsten (T0 en T1)

Het verzamelen van data via de vragenlijsten (T0 en T1) is als volgt verlopen:

- In totaal hebben we van 450 'nicknames' data verzameld. Het is mogelijk dat het in enkele gevallen om dezelfde kinderen gaat, maar dat nicknames niet te koppelen zijn. We spreken in het vervolg desalniettemin over 450 kinderen van wie data zijn verzameld.
- De meeste kinderen hebben de vragenlijsten online via Qualtrics ingevuld (287 kinderen, 64%). De rest heeft de enquêtes op papier ingevuld (163 kinderen, 36%), waarna de antwoorden handmatig in SPSS zijn ingevoerd voor de analyse. Bij de op papier ingevulde enquêtes zijn er iets meer 'missing values' (vragen overgeslagen of onduidelijk welke optie is bedoeld).
- Van 412 kinderen hebben we gegevens vanuit de T0 meting. Van 375 kinderen hebben we gegevens vanuit de T1 meting. Er zijn 337 sets gekoppelde data: kinderen van wie we zowel gegevens vanuit de T0- als de T1-meting hebben. Dat zijn minder complete sets data dan eerder gehoopt. Het blijkt dat er relatief veel kinderen afwezig waren bij de eerste of laatste les vanwege ziekte, quarantaine of een andere reden. Dit gold met name voor de klassen die vlak voor de zomervakantie het Fawaka-programma afrondden. In enkele gevallen waren T0 en T1 niet te koppelen door onduidelijkheid over nicknames.

Foto 3.1 Kinderen vullen de vragenlijst in



Foto Jurre Rompa

- Bij het controleren van de binnengekomen data hebben we de dataset licht 'opgeschoond'. Twee cases zijn eruit gehaald omdat ze overduidelijk niet serieus ingevuld waren – er was minder dan 2 minuten aan besteed, en bij alle vragen was de eerste respectievelijk de middelste optie

ingevuld. Driemaal was de vragenlijst online kort na elkaar met dezelfde nickname (gedeeltelijk) ingevuld. In één situatie is dit te verklaren: de onderzoeker was in de klas aanwezig toen een tablet vastliep en opnieuw moest worden opgestart, waarna de leerling opnieuw begon. Vermoedelijk is dit bij een tweede dubbele nickname ook het geval, omdat ook hier de vragenlijst eerst gedeeltelijk en kort daarna volledig is ingevuld. Van deze beide nicknames zijn de gedeeltelijk ingevulde lijsten verwijderd. Van één nickname zijn twee kort na elkaar volledig ingevulde enquêtes aanwezig, met vrijwel identieke antwoorden. Hier is de eerst ingevulde enquête meegenomen en de tweede verwijderd.

Groepsgesprekken:

Het verzamelen van data via groepsgesprekken is als volgt verlopen:

- Er zijn 16 groepsgesprekken gevoerd met groepjes van 2-7 (gemiddeld 5) kinderen. Op alle deelnemende scholen hebben gesprekken plaatsgevonden. Een gesprek duurde gemiddeld ruim 18 minuten.
- Representativiteit van de kinderen voor deze gesprekken is moeilijk te bepalen. De beschikbaarheid van kinderen was afhankelijk van actieve informed consent van ouders. Dit is maar voor minder dan een kwart van de leerlingen verkregen. Er is met groepsleerkrachten en Fawaka-docenten afgestemd waar mogelijk een zo representatief mogelijke groep samen te stellen. Zo is gevraagd aan leerkrachten om niet alleen kinderen te kiezen waarvan zij denken dat ze het programma waarderen, en te letten op een goede verdeling tussen jongens en meisjes. In enkele gevallen gaven leerkrachten aan hier goed rekening mee te hebben kunnen houden, maar in veel gevallen waren toestemming en beschikbaarheid de belangrijkste selectiecriteria.
- De groepsgesprekken zijn deels door de onderzoekers zelf uitgewerkt (8 gesprekken). De overige 8 gesprekken zijn uitgewerkt door een transcriptiedienst. De door de transcriptiedienst aangeleverde bestanden zijn door de onderzoekers gecheckt.

Ouders:

Het verzamelen van data onder ouders is als volgt verlopen:

- Oorspronkelijk was het de bedoeling ouders face-to-face te spreken bij het afsluitende evenement van de Fawaka-lessen. Dit bleek door de coronamaatregelen niet mogelijk. Vervolgens is overgestapt naar het houden van telefonische interviews.
- In totaal zijn 37 telefoongesprekken met ouders gevoerd, op basis van 43 toestemmingsformulieren, waarvan er 2 dubbel bleken (ouder had kinderen in 2 verschillende deelnemende groepen). De resterende vier ouders konden ondanks meerdere pogingen uiteindelijk toch niet bereikt worden.
- De gesprekken duurden gemiddeld zo'n 10 minuten. De kwaliteit van de gesprekken is sterk wisselend als gevolg van waar de ouder zich fysiek bevond en het taalniveau (in één geval vertaalde het kind waar het over ging; een ander gesprek werd in het Engels gevoerd).
- Relatief weinig ouders hebben actief toestemming gegeven voor een interview: een kleine 10% van het totaal aantal invullers van de enquêtes. De animo hiervoor was in fase 2 en 3 beduidend lager dan in fase 1. De verwachting is dat de ouders die wél toestemming hebben gegeven niet in alle opzichten representatief zijn voor de totale groep ouders, omdat hun toestemming wellicht een teken is van een relatief grote betrokkenheid bij de school van hun kind.
- De oudergesprekken zijn deels getranscribeerd door de onderzoekers zelf en deels door collega's en student-assistenten van de HvA. De aangeleverde transcripten zijn door de onderzoekers gecheckt.

De dataverzameling was een ingewikkeld proces, waaraan de deelnemende scholen, Fawaka en de onderzoekers hard gewerkt hebben. Er zijn veel data verzameld, die wel een aantal beperkingen en nuanceringen kennen. Desalniettemin denken we dat de verzamelde data een uniek beeld geven van de effecten van het programma van Fawaka. In het volgende hoofdstuk staan de resultaten op een rij.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk presenteren we de resultaten van de drie manieren van dataverzameling in dit onderzoek:

- Enquêtes onder alle deelnemende kinderen voor en na het programma (T0 en T1);
- Groepsgesprekken met selectie van deelnemende kinderen;
- Telefonische interviews met ouders van deelnemende kinderen.

4.1 Resultaten enquêtes kinderen

Welke kennis en vaardigheden hebben de kinderen opgedaan? En is er een verandering in hun attitudes en intenties, bijvoorbeeld rond de wens om (sociaal) ondernemer te worden?

Hieronder presenteren we de resultaten van de enquête onder de kinderen. De vragenlijsten zijn opgenomen in appendix D en E. We gaan voor de statistische analyse uit van het principe dat we de hele populatie van deelnemende kinderen hebben ondervraagd. Er is immers geen steekproef getrokken, maar vrijwel alle kinderen deden mee³⁷. Er is geen controlegroep gebruikt.

4.1.1 Basisdata

Programma

Van de 450 kinderen hebben 158 kinderen (35%) het Choco programma gevolgd en 292 kinderen (65%) het Upcycle programma. De keuze voor programma's is gemaakt in de communicatie tussen Fawaka en deelnemende scholen; de onderzoekers hebben hierover alleen aangegeven dat het prettig zou zijn als er een enigszins gelijke verdeling tussen de programma's zou zijn.

Hierbij valt op dat in fase 1 het Choco programma is uitgevoerd; in fase 2 het Upcycle programma; en in fase 3 weer het Choco programma.

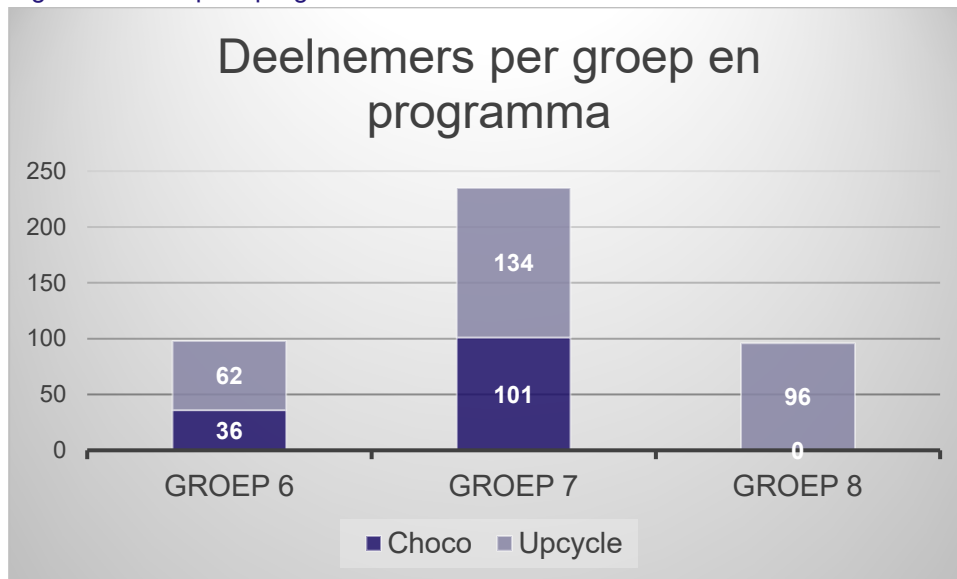
Groepen

De meeste deelnemende kinderen zaten in groep 7 (55%). De rest van de kinderen is ongeveer gelijk verdeeld over groep 6 (23%) en groep 8 (22%). De pilot vond met een Choco-programma plaats in een samengestelde 'plusklas', deze is niet meegenomen in de cijfers die naar groep zijn uitgesplitst, wel in de overige cijfers.

In figuur 4.1 is de verdeling over groepen en programma's weergegeven. Het Choco programma is alleen uitgevoerd in groepen 6 en 7.

³⁷ In totaal mochten vier kinderen niet meedoen aan de enquête omdat ouders geen toestemming gaven. We zien dit aantal als verwaarloosbaar. Daarnaast was er een flinke groep kinderen afwezig op het moment dat de eerste of tweede enquête werd afgenomen. Er zijn geen aanwijzingen dat de afwezige kinderen op bepaalde kenmerken verschillen van de totale groep kinderen. Daarom zien we de totale groep invullers toch als totale populatie.

Figuur 4.1 Groep en programma

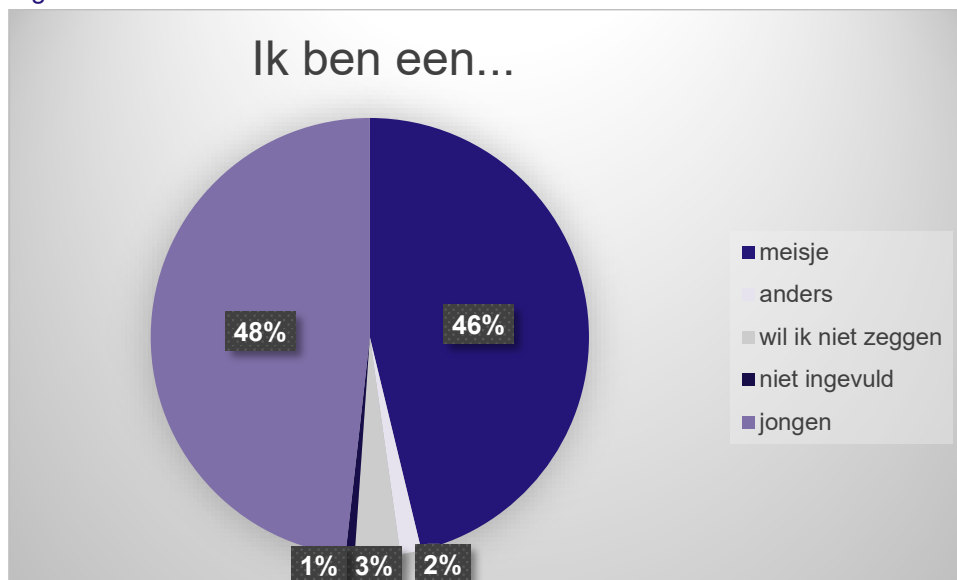


N = 429 (plusklas die Choco programma volgde niet meegenomen)

Gender

In onderzoek naar ondernemerschap zijn vaak verschillen te zien op het gebied van gender. Daarom is hier ook in deze enquête naar gevraagd. De kinderen konden hierbij kiezen uit de opties jongen, meisje, anders en wil ik niet zeggen. Net iets meer jongens dan meisjes hebben de enquête ingevuld. In totaal hebben 15 kinderen gebruik gemaakt van de optie 'wil ik niet zeggen' en zeven kinderen van de optie 'anders' (figuur 4.2).³⁸

Figuur 4.2 Gender



N=450

³⁸ Drie kinderen hebben deze vraag overgeslagen. In twee gevallen is bij T0 'wil ik niet zeggen' ingevuld en bij T1 alsnog 'jongen' of 'meisje'. Dan is voor de complete record alsnog de optie jongen of meisje genomen.

Voorkennis

In de enquête voorafgaand aan de eerste les (T0) zijn twee vragen gesteld om mogelijke voorkennis van de kinderen te meten. Ongeveer de helft van de kinderen zegt iemand te kennen die een eigen bedrijf heeft. Hierbij is niet gespecificeerd hoe 'dichtbij' deze persoon met een eigen bedrijf is, dus of het bijvoorbeeld om een ouder gaat, een ander familielid, of om een kennis.

Figuur 4.3 Voorkennis



N=412 (gegevens T0)

Daarnaast is gevraagd of de kinderen wel eens eerder les hebben gehad over een eigen bedrijf beginnen. Hierop zei 29% ja en 71% nee. Hierbij is niet gespecificeerd wat voor lessen dit dan waren, en of ze werden verzorgd door Fawaka Ondernemersschool of door iemand anders. In twee klassen kwam ter sprake in het groepsgesprek dat tenminste een deel van de klas al eens eerder een programma van Fawaka had gevolgd. In beide gevallen ging het om leerlingen van groep 7 die nu het Upcycle programma volgden en in groep 6 het Choco programma hadden gevolgd.

4.1.2 Evaluatie

In de vragenlijst na afloop (T1) konden kinderen hun mening geven over het programma.

Rapportcijfer

De kinderen is gevraagd het Fawaka programma een rapportcijfer te geven. Cijfers varieerden enorm; van 1 tot 10. Het gemiddelde was 8,01. Opvallend is de hogere waardering voor het Choco programma: dit programma kreeg gemiddeld een 8,4; tegen een 7,7 gemiddeld voor het Upcycle programma. De cijfers zijn ook per school en per klas bekeken. Twee klassen scoorden uitgesproken negatief. Een klas die in fase 3 deelnam aan het Choco programma kwam gemiddeld tot een rapportcijfer van 4,1. Uit de open antwoorden bij de enquête bleek dat deze klas met name negatief was over de docent en minder opmerkingen had over de inhoud. Dat blijkt ook uit een interview met een ouder van één van de kinderen uit deze klas:

Hij vertelde ook dat hij een evaluatie in moest vullen, en dat hij in die evaluatie de juf een 1 heeft gegeven. Ik heb daar wel met hem over gesproken: het kan

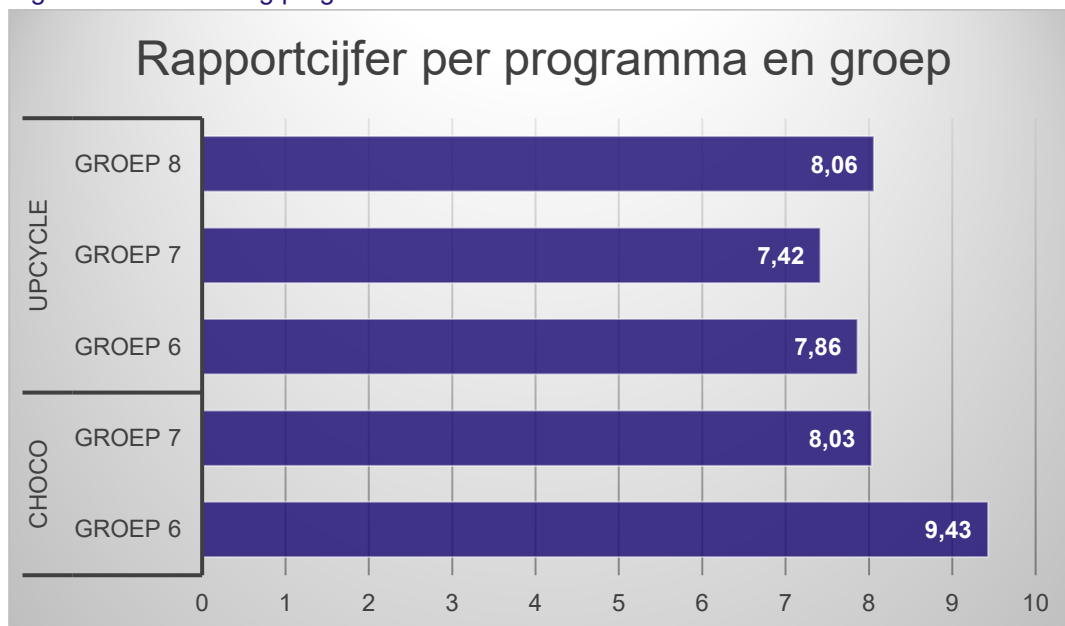
wel zijn dat je de juf niet leuk vindt, maar dan betekent het toch niet dat de juf een 1 verdient. En daar was hij het dan wel mee eens, maar toen had hij het al ingevuld. Ik denk dat zijn eigen evaluatie niet zo representatief is voor hoe hij het project ervaren heeft. Want zoals ik al zei, hij heeft nog nooit zoveel verteld over iets van school als over dit project, dus ik denk dat het toch wel grote indruk op 'm gemaakt heeft.

(ouder met kind in groep 7, school Oost 2)

Eén klas die deelnam aan het Upcycle programma gaf gemiddeld een 5,2. In deze klas gaven de 5 meisjes gemiddeld een 7,6. Daarnaast waren er vier jongens, twee kinderen die 'anders' en vier die 'wil ik niet zeggen' invulden bij de vraag naar gender, die het programma gemiddeld met een 4 waardeerden. De onderzoeker die bij de afname in de klas aanwezig was had het idee dat een deel van deze klas de vragenlijst niet helemaal serieus heeft ingevuld. De beide laag scorende klassen zijn desondanks gewoon meegenomen in de verdere analyse.

We hebben de rapportcijfers die de kinderen het programma geven ook uitgesplitst per groep en programma. Dit is weergegeven in figuur 4.4. Kinderen uit groep 6 die het Choco programma volgden, gaven gemiddeld veruit het hoogste rapportcijfer. Het laagste gemiddelde rapportcijfer kwam van kinderen uit groep 7 die het Upcycle programma volgden.

Figuur 4.4 Waardering programma



N=328 (plusklas niet meegenomen)

Meisjes waarderen het programma met een 8,3 iets hoger dan jongens (7,9). De kinderen die bij de vraag over gender 'anders' of 'wil ik niet zeggen' hebben ingevuld scoren gemiddeld een 6,7.

De waardering voor het programma ligt hoger bij kinderen die niet eerder les hebben gehad over ondernemen. Het maakt minder verschil in waardering of kinderen iemand met een eigen bedrijf kennen (tabel 4.1).

Tabel 4.1. Voorkennis en rapportcijfer

Vraag	Antwoord	Rapportcijfer
Heb je al eens eerder les gehad over een bedrijf beginnen?	Ja	7,69
	Nee	8,06
Ken je iemand die een eigen bedrijf heeft?	Ja	7,98
	Nee	7,85
	Weet ik niet	8,01

Het programma is uitgevoerd in 21 klassen op acht scholen in vier Amsterdamse stadsdelen. De scholen zijn geanonimiseerd per stadsdeel. In tabel 4.2 staan de gemiddelde rapportcijfers per school. Op Zuidoost 2, de enige school waar beide programma's zijn gegeven, was het verschil in waardering enorm: een 9,1 voor het Choco programma tegen een 5,2 voor het Upcycle programma. In de score per groep is geen duidelijke lijn te zien: op de ene school is de waardering in groep 6 hoger dan in groep 8, terwijl het op de andere juist andersom is. Gemiddeld gezien is het cijfer in groep 6 wel iets hoger dan in de groepen 7 en 8.

Tabel 4.2. Rapportcijfer programma per school

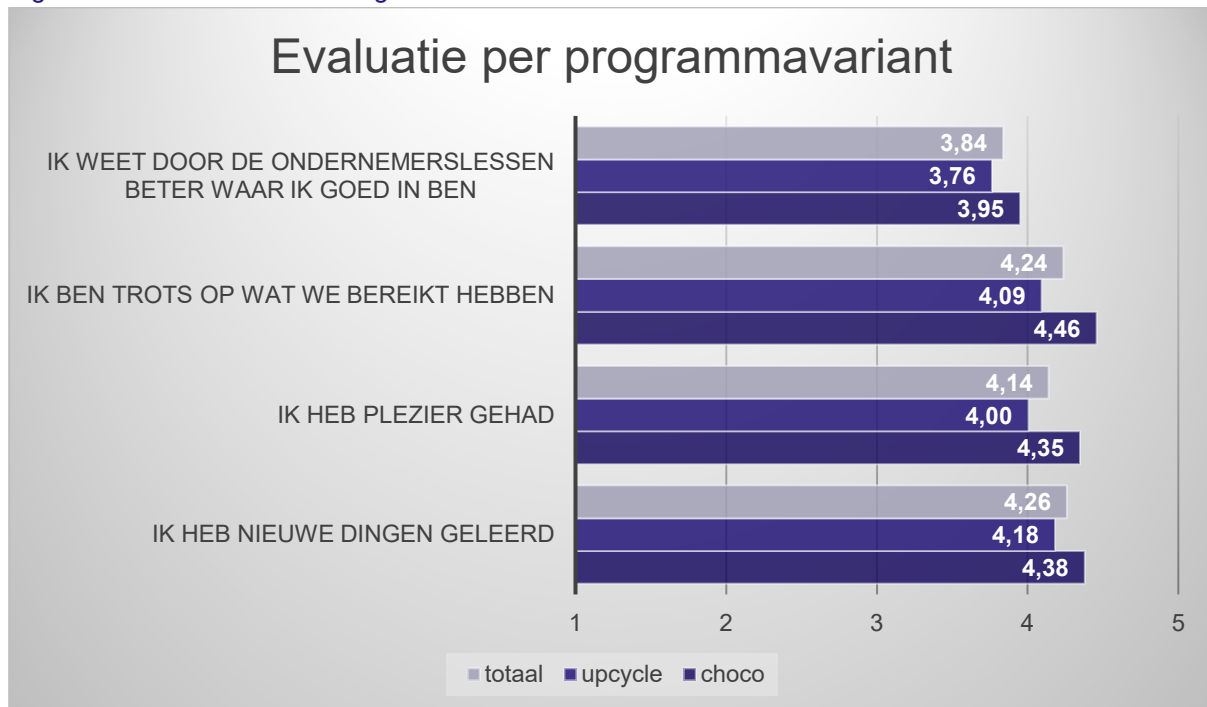
School	Programma	Fase	Groepen	N	Rapportcijfer
Zuidoost 1	Choco	1	Plus	20	8,9
Nieuw-West 1	Choco	1	6 (2x), 7 (2x)	62	9,2
Zuidoost 2	Choco, Upcycle	1,2	7 (2x)	35	7,4
Oost 1	Upcycle	2	8 (2x)	20	7,6
Noord 1	Upcycle	2	6, 7, 8	60	8,0
Noord 2	Upcycle	2	7, 7-8, 8	48	8,5
Zuidoost 3	Upcycle	2	6 (2x), 7 (2x)	68	7,5
Oost 2	Choco	3	7 (2x)	35	6,5

Andere evaluatievragen

In de T1-enquête zijn naast het rapportcijfer nog vier evaluatievragen gesteld, die kinderen op een schaal van 1 tot 5 konden beantwoorden. Op alle vragen zijn de scores positief. De vraag 'ik weet door de ondernemerslessen beter waar ik goed in ben' heeft de laagste score. Dit is voor de kinderen wellicht een lastige vraag, omdat het niet gaat om een direct oordeel, maar de koppeling van zelfreflectie aan het programma.

Ook in deze evaluatievragen komt het duidelijke verschil tussen het Choco en het Upcycle programma terug (zie figuur 4.5). Daarnaast zijn de scores over het algemeen het hoogst onder kinderen uit groep 6 en onder kinderen die niet eerder les hebben gehad over een eigen bedrijf beginnen.

Figuur 4.5 Andere evaluatievragen



Betrekken ouders / thuis

De kinderen is ook gevraagd of ze thuis over de ondernemerslessen verteld hebben. Van alle kinderen geeft 76% aan dat gedaan te hebben. Meisjes (82%) deden dat vaker dan jongens (70%). Ook deden bijna alle deelnemers aan de Choco programma's dit (89%), tegen 67% van de Upcycle deelnemers. Leerlingen uit groep 8 vertelden thuis het minst vaak over de lessen. De verschillen waren hier ook groot per school, met percentages variërend van 57% tot 100%.

Er is een duidelijk verband tussen het thuis vertellen en het gegeven rapportcijfer voor de lessen.

Degenen die wél thuis vertelden gaven de Fawaka lessen gemiddeld een 8,5; degenen die dat niet deden gemiddeld een 6,4.

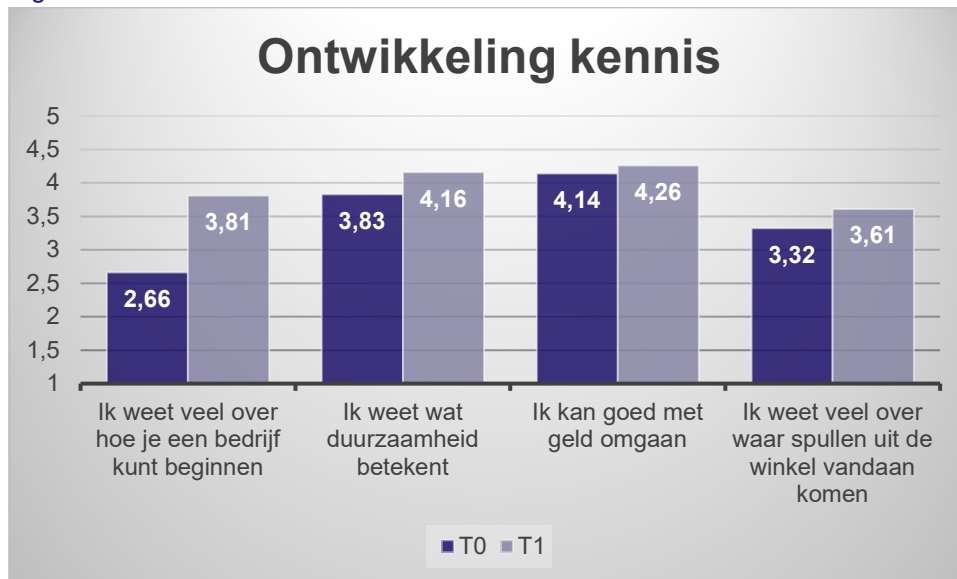
4.1.3 Ontwikkeling kennis

Hoe schatten kinderen zelf hun kennis over bepaalde onderwerpen in, bij de start en na afloop van het programma? Dit is in de enquête uitgevraagd aan de hand van vier stellingen, waarbij kinderen konden scoren op een schaal van 1 tot 5 (zie figuur 4.6). Op alle vragen is een stijging te zien, die bij de ene vraag sterker is dan de andere.

De kinderen vinden duidelijk dat ze meer kennis hebben gekregen over een bedrijf beginnen. Bij deze stelling is veruit de grootste stijging (1,15 punt gemiddeld) te zien. Hierbij is de stijging bij het choco programma met 1,44 punt duidelijk hoger dan bij het Upcycle programma (0,95 punt). De verschillen op basis van groep (groep 6 iets meer stijging dan 7 en 8) of gender (stijging bij jongens iets hoger dan bij meisjes) is minder uitgesproken. Kinderen die iemand kennen met een eigen bedrijf laten een iets kleinere groei dan gemiddeld zien, maar hebben wel de hoogste eindscore.

Er is ook gekeken naar het verschil tussen kinderen die aangeven wel of niet eerder les te hebben gehad over een bedrijf beginnen. Zij hebben exact dezelfde eindscore, maar de stijging is veel groter bij de groep die dit niet eerder heeft gehad (1,39 versus 0,56 punt).

Figuur 4.6. Kennis



Bij de stelling 'ik weet wat duurzaamheid betekent' is de gemiddelde stijging 0,33 punt. Hierbij valt op dat de stijging in groep 6 veel groter dan gemiddeld is, in groep 7 gemiddeld en in groep 8 is er zelfs een daling te zien. Hierbij moet aangetekend dat in absolute zin de leerlingen bij de eindmeting ongeveer dezelfde scores geven, maar dat de leerlingen van groep 8 bij de eerste meting hun kennis al heel hoog inschatten. Ook hier is de stijging bij het choco programma (0,6 punt) veel groter dan bij Upcycle (0,15 punt). De stijging is ook duidelijker voor kinderen die nee antwoorden op de vraag of ze iemand kennen die een eigen bedrijf heeft. Wederom geldt dat de eindscore van kinderen die wel of niet eerder les heeft gehad over een bedrijf beginnen hetzelfde is, maar de groei duidelijk groter bij de groep die hierover niet eerder les kreeg.

Bij de stelling 'ik kan goed met geld omgaan' is weinig effect te zien (stijging 0,12 punt). Opvallend is dat de absolute score op deze stelling in groep 6 hoger ligt (en blijft liggen) dan in groep 8. Bij stelling 4 (ik weet veel over waar spullen vandaan komen) is een gemiddelde stijging van 0,29 punt te zien is. Daarbij is de grootste stijging in groep 6 te zien.

4.1.4 Ontwikkeling vaardigheden

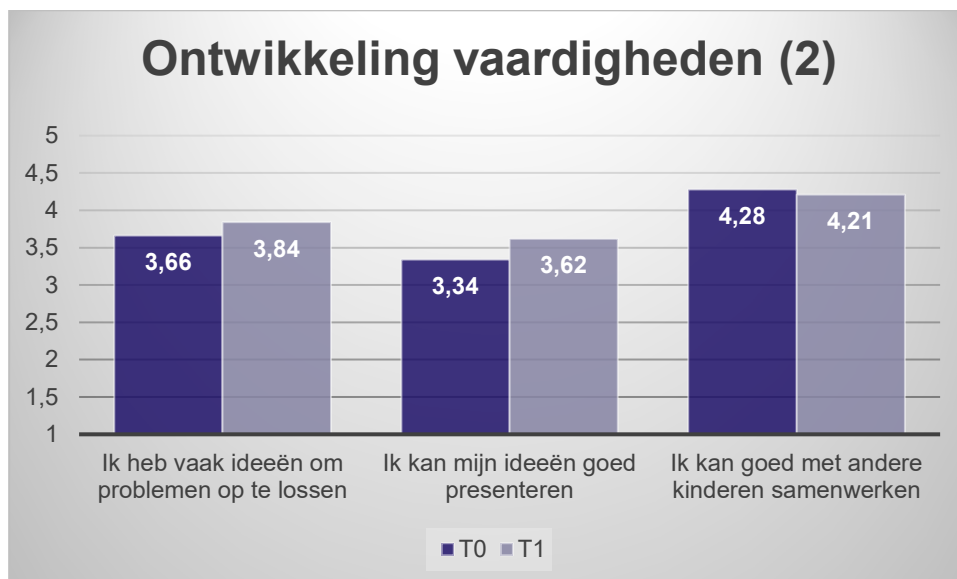
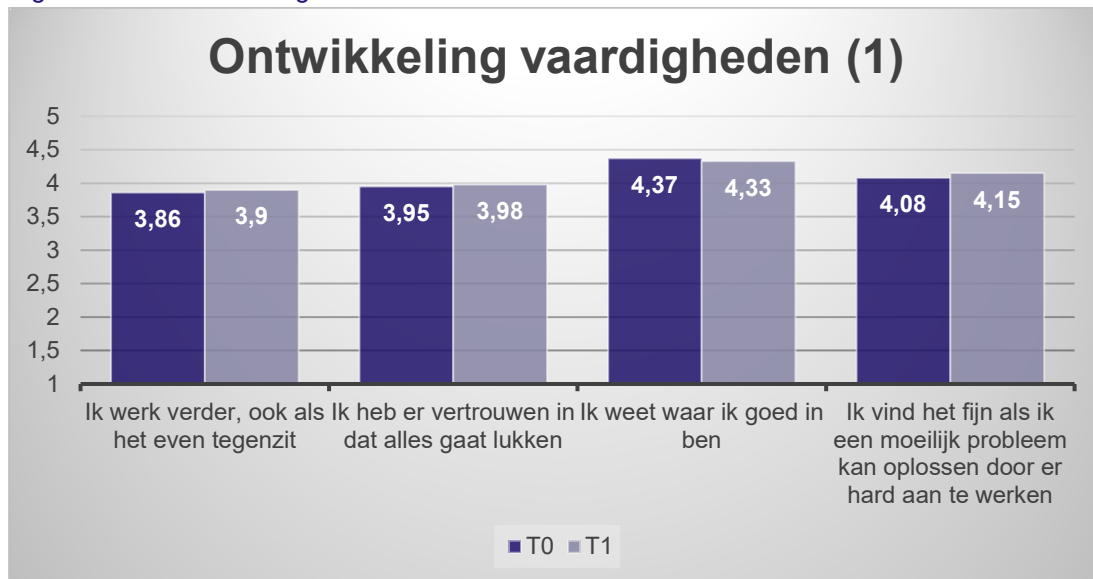
De volgende serie vragen ging over de ontwikkeling van vaardigheden. Hier is gekozen voor een aantal niet-cognitieve vaardigheden die passen bij ondernemerschap. Daarbij moet vooraf al aangetekend worden dat het voor deze vaardigheden heel moeilijk is om eventuele ontwikkelingen toe te schrijven aan het Fawaka programma. Desalniettemin geven de resultaten een interessante impressie. De ontwikkeling van vaardigheden is uitgevraagd in zeven stellingen (figuur 4.7a en b). Bij de meeste stellingen zijn zeer kleine tot kleine stijgingen te zien. Er zijn een aantal interessante verschillen tussen deelgroepen.

Bij de stelling 'ik werk verder, ook als het even tegenzit' is een zeer kleine stijging van 0,04 punt te zien, zonder grote verschillen tussen groepen.

Ook bij de stelling 'ik heb er vertrouwen in dat alles gaat lukken' is een zeer kleine stijging (0,03 punt) te zien. Jongens scoren zichzelf bij de eerste vragenlijst duidelijk hoger dan meisjes en scoren bij de eindmeting 0,11 lager, terwijl bij meisjes het vertrouwen gemiddeld 0,13 punt groeit. Het verschil in scores tussen jongens en meisjes daalt van 0,35 tot 0,11 punt. Hier valt ook op dat kinderen die zeggen iemand

met een eigen bedrijf te kennen een duidelijk hogere startscore hebben. Het verschil neemt bij de eindmeting iets af.

Figuur 4.7a en b. Vaardigheden



De stelling 'ik weet waar ik goed in ben' laat een vergelijkbaar verschil tussen jongens en meisjes zien. Gemiddeld gezien is er bij deze stelling een daling van 0,04 punt tussen T0 en T1, maar bij meisjes stijgt de score 0,06 punt, terwijl die bij jongens 0,14 punt daalt. Het verschil tussen jongens en meisjes daalt hier van 0,37 naar 0,17 punt. Hier valt verder op dat er een relatief grote stijging is in groep 8 (0,22 punt) en dat het Choco programma een lichte daling laat zien (0,19 punt). De eindscore is overigens nog steeds hoger dan bij het Upcycle programma.

De volgende stelling 'ik vind het fijn om een moeilijk probleem op te lossen door er hard aan te werken' laat wederom een kleine gemiddelde stijging zien (0,07 punt) en ook hier scoren meisjes duidelijk anders dan jongens. Bij de T0 scoorden jongens 0,18 punt hoger dan meisjes, terwijl bij de T1 meisjes juist 0,11 punt hoger scoorden dan jongens. Bij de eerste meting scoorden kinderen die zeggen iemand met een

eigen bedrijf te kennen 0,54 punt hoger dan kinderen die zeiden van niet. Dat verschil is bij de eindmeting gedaald tot 0,2 punt.

De stelling 'ik heb vaak ideeën om problemen op te lossen' kent een gemiddelde stijging van 0,18 punt, waarbij groep 8 duidelijk lager scoort dan de andere groepen. Hier laten jongens juist weer een iets grotere stijging zien dan meisjes, en is de eindscore vrijwel gelijk.

Stelling 15 gaat over ideeën presenteren, en dat is wat de leerlingen kort voor het invullen van de T1-enquete deden als afsluiting van de Fawaka-lessenserie (zie foto 4.1). Op deze stelling is de grootste stijging in deze serie te zien: 0,28 punt. Daarbij valt op dat de startscore van kinderen die zeggen iemand met een eigen bedrijf te kennen 0,67 punt hoger lag dan kinderen die zeiden van niet. Dat verschil neemt iets af bij de eindmeting (0,48 punt), maar blijft flink.

Foto 4.1 Eindpresentatie bij één van de Upcycle-programma's



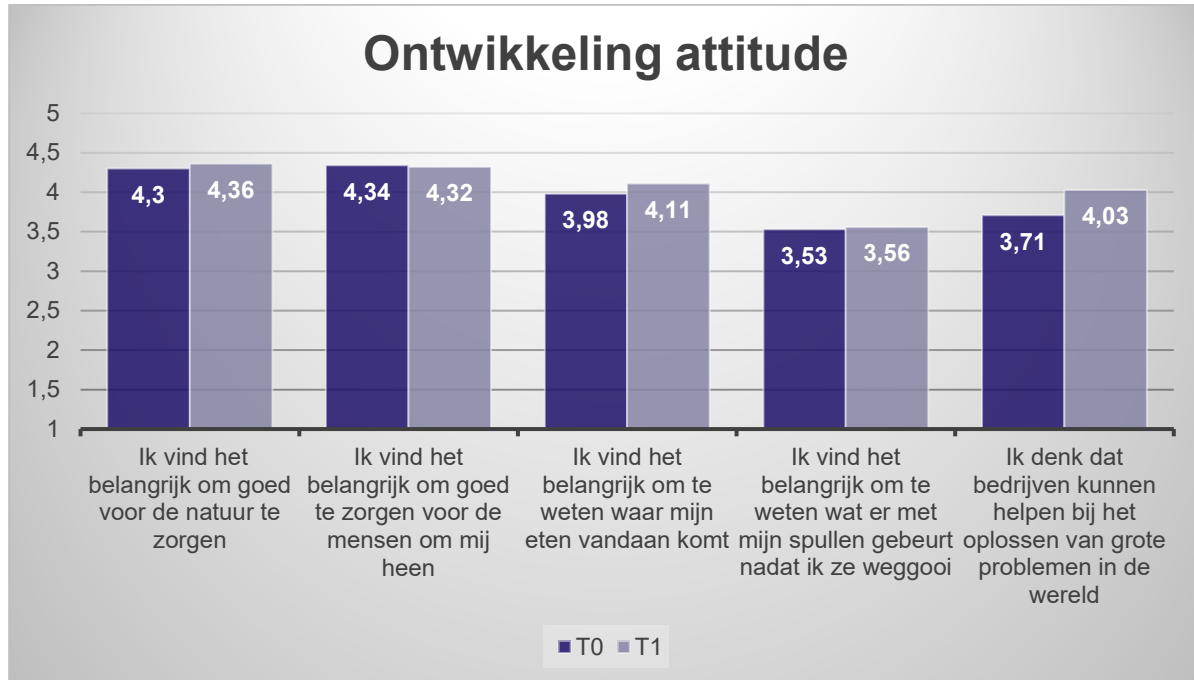
Foto Jurre Rompa

Tot slot van deze serie gaat stelling 16 over samenwerken. Op deze stelling is over het totaal een zeer lichte daling (0,07 punt) te zien. Bij meisjes blijft de score vrijwel gelijk; bij jongens is er een daling van 0,18 punt. De eindscores voor jongens en meisjes zijn vrijwel gelijk. Leerlingen in groep 6 laten hier een groei zien, leerlingen uit de andere groepen een daling.

4.1.5 Ontwikkeling attitude

Hoe ontwikkelt de attitude van kinderen zich ten opzichte van duurzaam en sociaal leven en de rol van bedrijven daarin? Dit is uitgevraagd in vijf stellingen (figuur 4.8). Het algemene beeld is dat hierop een beperkte ontwikkeling te zien is, met één uitschieter.

Figuur 4.8 Attitude



Bij de stelling over zorgen voor de natuur is een kleine stijging van 0,06 punt te zien. Opvallend is dat jongens groei laten zien (0,13 punt) en meisjes vrijwel gelijk scoren: jongens komen ook op een hogere eindscore uit. Ook bij de programma's is te zien dat de score meer gelijkgetrokken wordt. Bij het Choco programma was de score vooraf al erg hoog en blijft deze nagenoeg gelijk, bij Upcycle is een lagere startscore maar meer stijging te zien, waardoor het verschil in score tussen de programma's terugloopt van 0,31 naar 0,15 punt. Tot slot valt op dat de absolute scores in groep 6 en 7 duidelijk hoger zijn dan in groep 8.

Bij de stelling 'ik vind het belangrijk om goed te zorgen voor de mensen om me heen' is gemiddeld gezien nauwelijks verschil te zien tussen T0 en T1. Opvallend is ook hier weer een stijging bij jongens, ten opzichte van een lichte daling bij meisjes. Ook hier is de eindscore van jongens nipt hoger dan van meisjes. Verder zien we een kleine daling bij Choco, ten opzichte van een kleine stijging bij Upcycle. De eindscores komen nagenoeg gelijk uit. Bij deze stelling is de absolute score in groep 8 juist hoger dan in de groepen 6 en 7.

Bij de stelling over herkomst van eten is er een kleine stijging van 0,13 punt gemiddeld, waarbij opvalt dat er in groep 8 een flinke stijging van 0,52 punt is. Groep 8 kwam hier van een veel lagere score dan groep 6 en 7 bij de T0.

Bij de stelling over wat er gebeurt met weggegooid spul is er gemiddeld een heel kleine stijging (0,03). Hier scoort het Upcycle programma een stijging van 0,12 punt, terwijl Choco een daling van 0,08 laat zien.

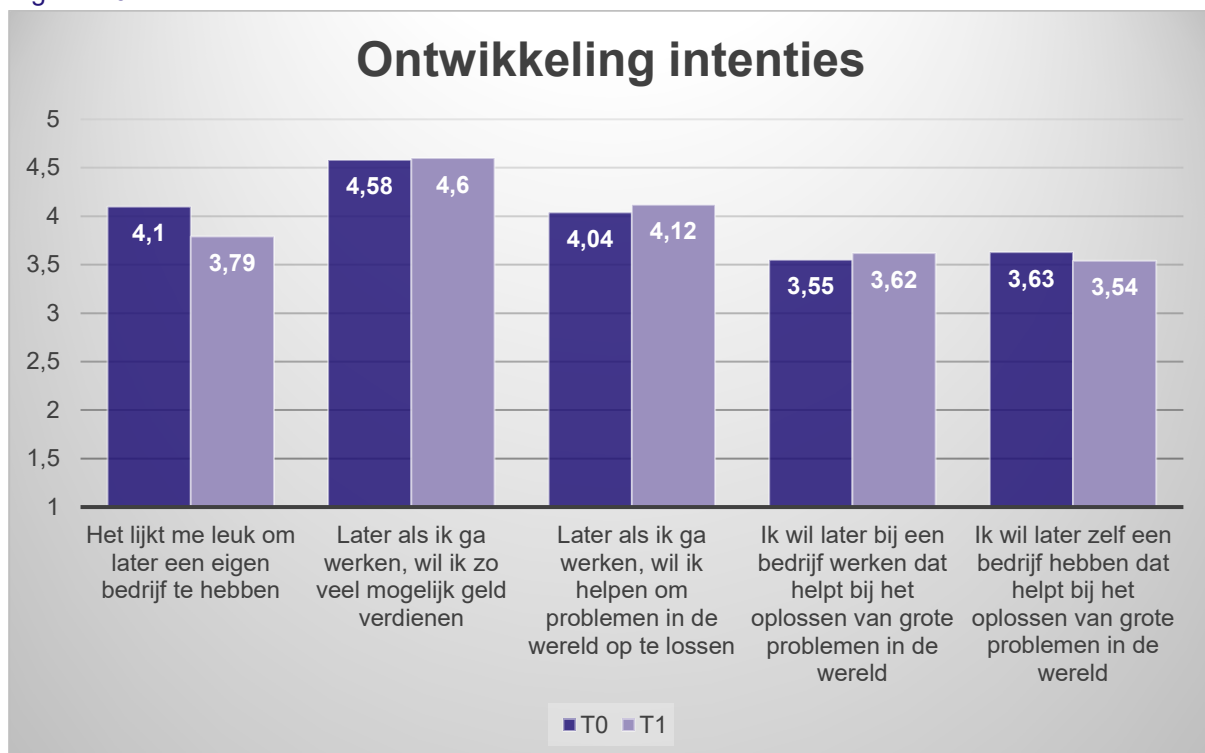
Bij beide bovengenoemde stellingen (over de herkomst van eten en het lot van weggegooid spul) valt op dat de score van kinderen die eerder les kreeg over een bedrijf beginnen licht daalt, terwijl die stijgt voor kinderen die niet eerder les kregen. De eindscore is wederom identiek.

Tot slot van deze serie is er de stelling: 'Ik denk dat bedrijven kunnen helpen bij het oplossen van grote problemen in de wereld'. Gemiddeld gezien is hier een stijging te zien van 0,32 punt. Het percentage kinderen dat het (sterk) met deze stelling eens is, stijgt van 59% naar 73%. De grootste stijging op deze stelling is te zien in groep 6, de hoogste eindscore is echter te zien in groep 8. De stijging is hoger bij meisjes dan bij jongens, en de eindscores zijn vrijwel identiek. Ook is er bij de eindscore geen verschil meer tussen kinderen die wel of niet iemand zeggen te kennen met een eigen bedrijf, terwijl kinderen die zo iemand kennen bij de T0-meting nog duidelijk lager scoorden.

4.1.6 Ontwikkeling intenties

We waren ook benieuwd naar de toekomstplannen van kinderen in relatie tot sociaal ondernemerschap. Dit is uitgevraagd in de volgende vijf stellingen (figuur 4.9).

Figuur 4.9. Intenties



Bij deze serie stellingen valt meteen op dat er een afname is van 0,31 punt bij de stelling 'Het lijkt me leuk om later een eigen bedrijf te hebben'. Daarbij blijkt dat de afname bij meisjes (0,17) duidelijk minder is dan bij jongens (0,46). Meisjes starten gemiddeld met een lagere score op deze stelling, maar eindigen

met een hogere score. De afname geldt voor beide programma's (Choco en Upcycle) en is het sterkst bij het Choco-programma, waar de startscore ook duidelijk hoger was. Er zijn geen grote verschillen zichtbaar tussen groepen (6-7-8), behalve dat de eindscore per opvolgende groep steeds iets lager wordt. Wel is een duidelijk verschil te zien tussen kinderen die zeggen iemand met een eigen bedrijf te kennen en kinderen die zeggen van niet. Dat verschil is ongeveer 0,6 punt en verandert nauwelijks tussen de eerste meting en de eindmeting.

Bij de stelling 'Later als ik ga werken, wil ik zo veel mogelijk geld verdienen' valt allereerst de hoge gemiddelde score op: bij de T0 was dit al 4,58, bij de T1 4,60. Meer dan 90% van de kinderen is het (helemaal) eens met deze stelling. De kleine stijging is vooral uitgesproken in groep 6.

De drie stellingen hierna gaan over het helpen bij problemen oplossen in het latere werkende leven. Bij de algemene stelling hierover ('later als ik ga werken, wil ik helpen om de problemen in de wereld op te lossen') is de stijging gemiddeld 0,08. Bij Choco en Upcycle is de groei gelijk, maar de scores zijn bij Choco duidelijk hoger dan bij Upcycle. In groep 6 ligt de stijging met 0,37 ook hoger dan gemiddeld. Hier valt een verschil op tussen kinderen die zeggen iemand met een eigen bedrijf te kennen en kinderen die zeggen van niet. De groep die *niet* zo iemand kent begint met een score die 0,23 lager is maar eindigt met een score die 0,22 punt hoger is.

In de volgende stelling gaat het over werken bij een bedrijf dat met deze problemen bezig is (gemiddelde stijging 0,07, iets hoger bij meisjes) en bij de laatste stelling over zélf zo'n bedrijf hebben (gemiddelde daling 0,09). In groep 6 is de animo voor een eigen bedrijf het hoogst en is deze gestegen met 0,22 punt. Bij deze stelling over een eigen bedrijf herhaalt zich het beeld dat meisjes starten met een gemiddeld lagere score op deze stelling dan jongens, maar eindigen met een in dit geval *nét* iets hogere score.

4.1.7 Leren

Aan alle leerlingen is na afloop de vraag gesteld: 'Noem één ding dat je hebt geleerd'. Op deze vraag gaven 319 kinderen antwoord, wat een rijk en gevarieerd beeld opleverde³⁹. We hebben de antwoorden ingedeeld in categorieën en geven bij elke categorie een aantal voorbeelden van antwoorden. We hebben hierbij de letterlijke antwoorden van de kinderen laten staan en dus geen taal- of spelfouten gecorrigeerd.

De meest genoemde categorie antwoorden betrof het thema van de lessen: respectievelijk chocola (68 keer genoemd) en recyclen / upcyclen (118 keer genoemd).

Over chocola zeiden de kinderen onder meer:

- *Ik heb geleerd dat de fabrikant en de tussenhandelaar meer geld krijgen dan de boeren*
- *Dat de boeren niet eerlijk worden betaald, anders gezegd: de chocoladewereld is niet eerlijk*
- *Waar chocolade vandaan komt en hoe je chocolade moet maken*
- *Hoe je chocola moet maken, er dat er niet eerlijk wordt gehandeld, en dat er cacao groeit bij de evenaar*

Bij de choco-lessen was fairtrade / eerlijke handel ook een belangrijk thema. Dit werd door 16 kinderen genoemd:

- *Wat fairtrade is*

³⁹ 23 kinderen vulden meerdere antwoorden in. Deze zijn bij elk van de genoemde categorieën ingedeeld.

- *Wat een keurmerk is en over eerlijke handel*
- *Dat er bij sommige bedrijven geen eerlijk handel wordt gehouden*
- *Dat het heel belangrijk is dat er fairtrade is*

Over recyclen / upcyclen zeiden kinderen onder meer:

- *Dat je van spullen dat je niet gebruikt weer andere spullen van gaat maken.*
- *Dat recycelen goed is voor het milieu.*
- *Dat het belangrijk is om te recyclen én upcyclen!*
- *Over dat je van dingen die ik in de verleden heb weg gegooid kon ik ook leuke dingen van maken*
- *Ik weet nu ik wist niet wat upcycling is*
- *Ik weet hoelang het duurt voordat afval vergaat, hoe je iets upcycled en meer over recyclen*
- *Ik heb geleerd dat het beter is om je afval her te gebruiken*
- *Dat alles circulair gaat*

Een volgende categorie is ondernemen. Door 35 kinderen werd ondernemen of een bedrijf beginnen expliciet genoemd, bijvoorbeeld als volgt:

- *Hoe je een bedrijf kan oprichten*
- *Hoe je zelf een bedrijf begint*
- *Hoe je kan ondernemen*
- *Hoe je met geld moet omgaan en hoe je een bedrijf kan starten.*

Voor één kind was de conclusie ook duidelijk: *dat ik geen ondernemer wil worden.*

Daarnaast werd geld door 13 kinderen expliciet genoemd:

- *Hoe je met geld om moet gaan*
- *Dat je goed met je geld moet om gaan*
- *Ik kan beter met mijn geld nu omgaan.*

Het thema duurzaamheid werd door 15 kinderen genoemd:

- *Ik heb geleerd wat duurzaamheid betekent.*
- *Wat duurzaamheid is.*
- *Over duurzaamheid*

Nog eens 12 kinderen noemden expliciet het milieu of de natuur:

- *Dat het milieu erg belangrijk is*
- *Dat ik voor de natuur heel goed moet zorgen*
- *Hoe je beter moet omgaan met de natuur*

Het leren van nieuwe vaardigheden werd door 26 kinderen genoemd. Daarbij werden presenteren / pitchten en samenwerken het meest genoemd:

- *Ik heb geleerd wat een pitch is*
- *Beter samenwerken*
- *Hoe ik mensen kan overtuigen en pitchten*
- *Smamenwerken dingen ontwerpen presenteren*

Maar er werden ook andere vaardigheden genoemd:

- *Dat ik goed met mijn handen kan werken.*
- *Als je ergens hard voor werkt lukt het wel*
- *Dat ik altijd moet door zetten als ik het kan maar ik kan het wel ik heb dan zelfvertrouwen in me*
- *Je moet altijd in jezelf geloven en je best doen*

Tot slot noemden 16 kinderen een aantal praktische zaken, zoals 'een rap maken / rappen' (8 keer), maar bijvoorbeeld ook:

- *Ik heb geleerd hoe je iets moet inpakken*
- *Je eigen wikkel maken*
- *Knutsele*

In totaal gaven 9 kinderen een expliciet negatief antwoord: *niks*.

Tot slot was er nog een groep van 25 diverse antwoorden:

- *Nieuwe woorden die ik eerder nog niet wist*
- *Dat het leuk is en serieus is*
- *Dat als we nu niet doorpakken met onze omgeving dat er ook geen toekomst kan zijn*
- *Dat je zuinig moet zijn met de wereld. Hoe je met geld om moet gaan. En het is altijd slim om een plan te hebben.*

4.1.8 Overige opmerkingen

Bij beide enquêtes is de mogelijkheid geboden om extra input te geven, door de vraag te stellen: 'wil je verder nog iets zeggen over deze vragenlijst of het programma?'

Bij T1 was de respons hierop groter dan bij T0. Hieronder volgen enkele kenmerkende en opvallende opmerkingen.

- *De mensen die dit hebben georganiseerd zijn kanjers. Er moet vaker gevraagd worden naar de mening van kinderen. Deze projecten zijn erg leuk en moeten vaker gedaan worden.*
- *Ik vind de vragenlijst goed. alleen sommige vragen vond ik niet zo belangrijk.*
- *Ik wil geen bedrijf hebben omdat ik een astronaut ga worden en dan ga ik naar de ruimte dus dan ben ik niet op aarde*
- *Ik vind het niet belangrijk hoeveel ik verdien. ik vind het belangrijk of ik blij en gelukkig ben*
- *Ik ben heel erg blij dat Fawaka bestaat*
- *Ik vond het leuk, vooral omdat je lekker eigenwijs en vrij mocht zijn daarnaast voelde ik me wat ouder dan dat ik ben*
- *De eerste les was heel saai, maar hoe verder we kwamen hoe leuker het werd*
- *Ik vond het jammer dat we weinig mochten lachen, maar het was echt leuk en leerzaam*
- *Ik vond het geweldig. Ik wil nog meer leren over chocola*
- *Ik heb hier echt veel van geleerd en zal ook veel zuiniger op de natuur zijn vanaf nu*
- *Ik vond de lessen wel leuk, maar ik zou wel willen dat we meer lessen hadden.*
- *Dat ze meer lessen moeten geven want het is belangrijk*

Naast deze inhoudelijke opmerkingen hadden een aantal kinderen ook vragen of opmerkingen over de vragenlijst en in één klas reageerden enkele kinderen uitgesproken negatief over de leerkracht.

4.1.9 Totaalbeeld enquête

De kinderen waarderen het Fawaka programma en evalueren het positief. Ze hebben nieuwe dingen geleerd, plezier gehad en zijn trots op wat ze bereikt hebben. Qua ontwikkeling is het beeld wisselend. De veruit grootste stijging is te zien bij de kennis over een eigen bedrijf beginnen, terwijl de opvallendste daling is te zien bij de intentie om een eigen bedrijf te beginnen. Toegespitst op sociaal ondernemerschap

denken kinderen na afloop van het programma positiever over de rol die bedrijven kunnen spelen in het oplossen van problemen in de wereld.

Kinderen zeggen na afloop meer te weten over duurzaamheid en over waar spullen vandaan komen. Op vaardigheden zijn voor de gehele groep geen grote ontwikkelingen te zien, maar valt op dat op een aantal stellingen de verschillen tussen jongens en meisjes verminderen. Bij de ondernemende intenties is na afloop van het programma de score van jongens en meisjes ongeveer gelijk, terwijl vooraf de jongens hoger scoorden.

4.2 Resultaten groeps gesprekken

Om verdieping te krijgen op een aantal onderwerpen, hebben de onderzoekers ook groeps gesprekken gevoerd met kinderen. Er zijn 16 gesprekken gevoerd met groepjes van 2-7 (gemiddeld 5) kinderen. De gesprekken zijn gevoerd op basis van vier vooraf bepaalde topics. De topics en bijbehorende vragen waren:

Topic 1. Duurzaam ondernemen

Het Fawaka programma ging over duurzaam ondernemen. Welke drie woorden komen bij je op als je denkt aan duurzaam ondernemen?

Topic 2. Kennis

Wat heb je geleerd van het programma van Fawaka? Over duurzaamheid / het beginnen van een bedrijf? Waar zou je nog meer over willen weten?

Topic 3. Gedrag

Heb je iets veranderd in hoe je op school werkt of wat je thuis doet door het programma van Fawaka? Gooi je bijvoorbeeld minder dingen weg?

Topic 4. Intenties / Toekomst

Lijkt het je leuk later ondernemer te worden? Waarom wel of niet? Wat voor onderneming zou dat dan zijn? En wat wil je dan bereiken? Wanneer is de onderneming een succes?

In de bespreking hieronder nemen we de topics 'duurzaam ondernemen' en 'kennis' samen, omdat deze in de gesprekken ook in elkaar overliepen.

4.2.1 Duurzaam ondernemen en andere kennis

Veel gesprekken begonnen met een verwijzing naar de net ingevulde enquête: 'Je hebt net in de vragenlijst één ding ingevuld dat je geleerd hebt van de Fawaka-lessen. Maar misschien zijn er nog wel meer dingen. Wie wil daar iets over zeggen?' Hierdoor kwam het gesprek gemakkelijk op gang en werd vooral duidelijk welke kennis kinderen hadden opgedaan. Vervolgens kwam het onderwerp duurzaam ondernemen aan de orde. In de praktijk viel dat eigenlijk uiteen in drie deelonderwerpen: ten eerste duurzaamheid, ten tweede ondernemen, en uiteindelijk de combinatie: duurzaam ondernemen. Bij de vraag wat in ze opkomt bij de term duurzaam ondernemen gaan de meeste kinderen in eerste instantie vooral in op de term duurzaam. Ze noemen onderwerpen als natuur, milieu en recyclen / upcyclen. Dat laatste geldt logischerwijs vooral voor de groepen die het Upcycle programma hebben gevolgd.

*Ja, duurzaamheid is bijvoorbeeld: je gooit iets niet op straat maar gaat het recycelen. Dan heb je heel duurzaamheid bezig.
(Noord 2, groep 8)*

*Duurzaamheid betekent dat je het op een milieuvriendelijke manier gaat doen en dat het ook langer mee gaat dan een normaal product.
(Nieuw-West 1, groep 7)*

In een aantal groepen die het Upcycle programma volgden noemen de kinderen spontaan de termen recycelen en upcyclen, maar ook 'circulair':

*Ik heb ook geleerd wat upcycle is, eerst wist ik niet dat dat woord bestond. Het betekent dat je van gebruikte spullen iets nieuws kan maken. Bijvoorbeeld van een fles kan je een boot maken en van tonnen kan je stoelen maken.
(Oost 1, groep 8)*

Interviewer: En wat is circulair volgens jou?

*Leerling: Dat is: stel je voor, je hebt een fles, die ga je dan ergens heen brengen, dan wordt die heel goed schoon gemaakt en kan je hem opnieuw gebruiken.
(Oost 1, groep 8)*

Voor een deel van de kinderen is de term duurzaamheid nog wat ingewikkeld; ze komen er niet echt goed uit als ze gevraagd wordt om uit te leggen wat het betekent. Dat geldt met name voor kinderen die het Choco programma hebben gevolgd. Dit is in tegenspraak met de uitkomsten uit de enquête, waarbij de kinderen die het Choco programma volgden zichzelf juist hoger inschatten op de stelling 'ik weet wat duurzaamheid betekent'. Deze uitkomst uit de groepsgesprekken kan toeval zijn, maar is ook een aanwijzing dat perceptie over toegenomen kennis niet overeen hoeft te komen met daadwerkelijk toegenomen kennis.

Interviewer: Wat is duurzaamheid volgens jou?

Leerling 1: Dat valt niet echt uit te leggen door mij. Ik weet niet echt hoe ik het moet uitleggen.

*Leerling 2: Zij is heel goed in uitleggen, maar volgens mij is het: we weten wel wat het betekent, maar hoe je dat moet uitleggen met woorden is moeilijk.
(Zuidoost 2, groep 7)*

Het tweede onderwerp waar kinderen meer kennis over hebben opgedaan is ondernemen. Deze term is overigens niet bij alle kinderen bekend, dus het is ook uitgelegd als 'een bedrijf beginnen'.

*Nou, ik heb dus geleerd hoe mijn product echt te laten zien en te verkopen. En ook echt samenwerken. Dat is eigenlijk een onderdeel dat je al wel kan, maar echt samenwerken om een bedrijf te starten en een businessplan te hebben en voor de klas te presenteren.
(Zuidoost 2, groep 7)*

*Je hebt ook geleerd hoe je businessplannen moet maken. Hoe je als kind al kan leren hoe je een goed bedrijf opzet en hoe je met geld omgaat.
(Noord 2, groep 7-8)*

Kinderen hebben het gevoel dat ze meer weten over een bedrijf beginnen, dat ze er beter op zijn voorbereid. Ze noemen ook specifieke vaardigheden die nodig zijn voor een eigen onderneming.

Ik dacht eerst dat ik het al wilde doen, alleen ik wist niet wat ik dan allemaal zou moeten doen. Maar toen kregen we deze opdracht en nu weet ik wel een beetje hoe ik het kan doen.

(Oost 2, groep 7)

Je moet goed voorbereid zijn voor als je iets wilt. Bijvoorbeeld dat je mensen gaat aannemen en niet weet wat je wilt gaan doen met die mensen. Je moet altijd eerst zelf een plan maken en dan moet je steeds meer mensen daarbij toevoegen en dan heb je samen een creatie.

(Noord 2, groep 7-8)

Als ik het zou doen, dan ben ik ook goed voorbereid. En altijd als je een bedrijf wilt oprichten dan moet je ook zelfverzekerd zijn, want dan komt alles op jou. Je moet alles perfect hebben, want als je een fout hebt gemaakt dan is het niet per se jouw schuld maar wel ongeveer jouw schuld, en dan moet je het ook snel goed proberen te maken.

(Noord 2, groep 7-8)

Sommige kinderen benadrukken vooral dat ze hebben geleerd dat ondernemen ingewikkeld of zwaar is.

Een ondernemer worden is sowieso veel werk.

(Oost 2, groep 7)

Het kan heel zwaar zijn, want als je een eigen bedrijf hebt en je bent de baas, dan moet jij veel dingen betalen, bijvoorbeeld de huur van die maand. En je gaat nog extra betalen voor verpakkingen en werknemers die daar werken voor jou. En daarom gaat het heel moeilijk zijn.

(Nieuw-West 1, groep 7)

Je moet geen geld verspillen en het goed gebruiken, anders ga je in no time failliet.

(Zuidoost 1, plusklas)

In een aantal groepsgesprekken koppelen de kinderen ondernemen in het algemeen meteen aan duurzaamheid en/of goede doelen. Anderen benoemen dat ze nu geleerd hebben dat ondernemen ook over duurzaamheid of goede doelen kan gaan.

Ik dacht eerst dat het geld gewoon naar mij ging als ik een bedrijf had. Nu weet ik dat je het geld ook naar een goed doel kan brengen.

(Zuidoost 1, plusklas)

Duurzaam ondernemen is dat alles gewoon uit de natuur komt, en goed is. Denk ik dan.

(Zuidoost 2, groep 7)

Tot slot noemen kinderen ook andere kennis die ze hebben opgedaan, meer specifiek gericht op de inhoud van hun programmavariant.

We hebben ook geleerd dat chocolade iets duurder moet zijn omdat de boeren niet eerlijk betaald worden. We hebben ook een eigen bedrijfsplan gemaakt met logo's en slogans waarom we Fairtrade willen en zo.

(Zuidoost 1, plusklas)

Nu weet ik gewoon veel beter als ik iets weggooi waar het naar toe gaat en wat ermee gaat gebeuren. En ook wat je kan doen, als je het wil recyclen. Waar je het naar toe kan brengen.

(Noord 2, groep 7-8)

Soms als ik afval weggooi voor mijn moeder, dan denk ik soms aan waar komen eigenlijk die flessen. Want we gooien ze weg. (...) Maar de juffrouw van Fawaka heeft ons een filmpje laten zien en nu weet ik eindelijk waar het vandaan komt. Van de fabriek, van een soort lava. Ik zag iets met rood dus ik dacht zeg maar lava... Het was met glas.

(Oost 1, groep 8)

4.2.2 Gedrag

Hebben de kinderen iets veranderd in hun gedrag naar aanleiding van de lessen van Fawaka? Het antwoord op deze vraag hangt sterk af van de programmavariant. Kinderen die het Choco programma hebben gevolgd, noemen dat ze meer opletten bij het winkelen, bijvoorbeeld op keurmerken. Kinderen die het Upcycle programma hebben gevolgd, vertellen vaak over hoe ze minder afval weggoeien en meer dingen hergebruiken.

Over boodschappen doen zeggen de kinderen bijvoorbeeld het volgende:

Nu ben ik ook bewuster van... Stel je voor ik ga naar de winkel en pak iets, vroeger keek ik niet waar het vandaan komt. Nu kijk ik wel of erop staat waar het vandaan komt. En als we gaan eten dan vraag ik ook aan mijn moeder: "weet je waar het vandaan komt?".

(Nieuw-West, groep 7)

Ik heb mijn moeder verboden om dingen... ik heb mijn moeder gezegd dat ze alleen dingen moet kopen met keurmerk. Maar ik ben er zelf achter gekomen dat mijn favoriete noodles geen keurmerk hebben.

(Zuidoost 2, groep 7)

Leerling: Ik ga kijken waar de producten vandaan komen die ik koop en of er een eerlijke prijs is betaald.

Interviewer: Waar kun je dat aan zien, denk je?

Leerling: Je kan dat zien aan het Fairtrade-keurmerk. Soms staat erbij waar en hoe het gemaakt is. Dan lees ik dat.

(Zuidoost 1, plusklas)

Kinderen die het Upcycle programma hebben gevolgd, vertellen over hoe ze dingen zijn gaan hergebruiken.

Ik heb geleerd dat je ze gewoon opnieuw kan gebruiken, bijvoorbeeld flessen. Van een fles heb ik iets voor m'n hond gemaakt, dat als je bijvoorbeeld een hond uitlaat en die heeft dorst, dan moet je een flesje opensnijden en dan kun je er water inzetten en dan kun je hem eruit laten drinken.

(Zuidoost 2, groep 7)

Dan heb ik bijvoorbeeld een pakje leeggedronken en van het plastic en karton maak ik dan huisjes. En ik ben een keer heel ver gekomen, ik heb ongeveer een helft van een stad gemaakt met karton en plastic.

(Nieuw-West 1, groep 6)

Een enkel kind is heel activistisch geworden als het over afval gaat:

Door Fawaka ging ik meer nadenken over plastic op de grond, dus elke keer wanneer ik buiten speel... Bij mij in straat zijn heel veel hangjongeren die heel veel voetballen, die dan hun flesjes water op de grond neergooien. Dan pak ik het en dan geef ik het in hun handen en dan zeg ik: "Daar is een prullenbak, gooi het gewoon daarin." Dan zeg ik: "Als jij een vogel bent en je gaat dat eten, dan vind je het ook niet leuk, dan ga je ook dood. Zij hebben ook gewoon recht op leven, dus gooi het gewoon in die rotvuilnisbak."

(Zuidoost 3, groep 6)

Tot slot zegt één kind dat ze veganistisch is geworden.

Ik ben veganistisch geworden, omdat we ook een keertje gingen praten over dieren en zo. En nu ben ik vegetarisch. Ik eet geen vlees, ik drink geen melk, alleen sojamelk en amandelmelk. En dan moet ik steeds opletten wat ik eet.

(Zuidoost 3, groep 6)

4.2.3 Intenties / toekomst

Hoe denken de kinderen over de mogelijkheid om later ondernemer te worden? En is dat veranderd door de Fawaka-lessen? In de enquête is aan alle kinderen gevraagd of het ze leuk lijkt later een eigen bedrijf te hebben. Daar zagen we dat de animo in het algemeen licht daalde na de lessenserie, hoewel dit verschilde tussen jongens en meisjes. De groepsgesprekken bieden meer verdieping op deze uitkomst.

Allereerst zeggen veel kinderen nog niet te weten of ze later ondernemer willen worden.

Ik heb er wel over nagedacht maar ik ben nog te jong.

(Zuidoost 2, groep 7)

Ik weet zelf nog niet of ik een eigen bedrijf wil.

(Zuidoost 2, groep 7)

Ik weet niet zeker maar het kan wel. Een eigen bedrijf hebben is ook chill want je hebt geen baas.

(Noord 2, groep 8)

Sommige kinderen hebben al duidelijke toekomstplannen in andere richtingen. Een enkeling zegt expliciet geen ondernemer te willen worden of verschillende opties open te willen houden.

Interviewer: Waarom wil je geen ondernemer worden?

Leerling: Het kost heel veel geld en het is moeilijk om te doen.

(Zuidoost 3, groep 6)

Ik wil wel hoor, een eigen bedrijf beginnen, alleen het is wel moeilijk. Als het niet gaat werken, dan ga ik gewoon iets anders doen en dan ga ik het weer oppakken. En als het niet werkt, doe ik het opnieuw. En als het altijd niet werkt, werk ik voor een bedrijf.

(Noord 2, groep 7)

Een aantal kinderen vertelt over ondernemers in de familie die als voorbeeld dienen.

Leerling: Eigenlijk wil ik iets medisch doen, dus tandarts of dokter. Maar als ik een bedrijf zou doen, dan zou dat een kledingbedrijf zijn of dan zou ik het bedrijf van mijn oom overnemen. Mijn oom heeft een bedrijf in Rotterdam, daar heb je allemaal lekkere broodjes en koekjes, drinken en milkshakes.

Interviewer: En weet je eigenlijk een beetje door je oom hoe het is om een eigen bedrijf te hebben?

Leerling: Vooral dat je je best moet blijven doen en je moet altijd vriendelijk doen tegen mensen.

(Noord 1, groep 8)

Eén kind vertelt op dit moment al met ondernemen bezig te zijn, samen met zijn vader.

Leerling: Ik wil een game ontwerper worden en daarvoor hebben mijn vader en ik het idee om T-shirts te maken. Ik kan goed tekenen mijn vader dacht eraan om de tekeningen op de T-shirts te zetten. De T-shirts kunnen we dan verkopen. We kunnen dan bijvoorbeeld naar deze school gaan en vragen wat de kinderen op het T-shirt zouden willen. Dit kan ik dan op het T-shirt tekenen. Dat was mijn plan (...). We hebben tot nu toe twee T-shirts gemaakt. (...) Als ik later game ontwerper ben geworden dan is dit mijn bijbaantje.

Interviewer: Je bent eigenlijk al een beetje bezig met ondernemen. Heb je door deze lessen daar iets meer over geleerd? Wat dan bijvoorbeeld?

Leerling: Hoe je omgaat met geld. En dat je gebruik maakt van gerecyclede spullen om daar een T-shirt van te maken.

(Oost 2, groep 7)

Een aantal kinderen vertelt over de ideeën voor een eigen onderneming. Daarbij valt op dat ze veelal goed nagedacht hebben over wat de onderneming betekent voor de wereld.

Het moet wel iets goed doen voor de wereld. Maar als het dat niet doet, moet het ook niet weer iets slechts doen voor de wereld.

(Noord 2, groep 7)

Ik zou wel een bedrijf willen hebben, waardoor de aarde niet meer gaat opwarmen en waardoor al het plastic niet meer in de zee komt én om een business te hebben om veel geld te verdienen.

(Zuidoost 3, groep 6)

Leerling: [Naam andere leerling] wil een hulporganisatie starten of iets met onderwijs. Dan help je kinderen. Dus een hulponderneming.

Interviewer: Oké, en wat doe je met een hulponderneming?

Leerling: Dan help je. Bijvoorbeeld als er veel mensen zijn geholpen, dan is het een succes. En wanneer je niet veel mensen hebt geholpen, dan is het niet een succes.

(Nieuw-West 1, groep 7)

Enkele kinderen vertellen expliciet dat ze daarover door de Fawaka lessen aan het denken zijn gezet.

Leerling: Ik wil graag een ziekenhuis opstarten als ik groot word. Dat ziekenhuis heeft veel bedden. Als het kan wil ik ook een verpleeghuis.

Interviewer: Is dat veranderd door wat je geleerd hebt in deze lessen?

Leerling: Ja, vroeger wilde ik het geld voor mezelf houden. Door deze lessen ben ik van mening veranderd en nu weet ik dat ik eerlijk moet betalen zodat mijn werknemers tevreden blijven. Niet bijvoorbeeld dat ik geef ze geen geld en dan gaat iedereen weg. Dan heb ik een probleem.
(Zuidoost 1, plusklas)

Als ik een bedrijf zou hebben, het moet niet zo zijn dat de wereld echt qua klimaat ofzo verschrikkelijk daalt. (...) Kijk naar Shell, dat soort bedrijven, die zijn niet zo goed voor de aarde. Shell is een tankstation bedrijf, met die gele schelp. Dat bedrijf is heel slecht en is laatst nog aangeklaagd bij de rechter omdat het heel veel CO2 uitstoot heeft, en ik wil niet dat mijn bedrijf zo slecht gaat zijn. Ik wil altijd vriendelijk zijn voor de aarde, niet opzettelijk de aarde slechter maken dan het al is. (...) Maar weet als je een bedrijf gaat starten, je gaat fabrieken nodig moeten hebben, die gaan CO2 uitstoten, dus als je een bedrijf gaat beginnen dan moet je niet denken dat je alles helemaal goed gaat doen. Dat gaat je niet lukken, niet alles en iedereen is perfect, dus je gaat CO2 uitstoot hebben.
(Zuidoost 2, groep 7)

4.2.4 Overige opmerkingen

Tot slot komen de kinderen ook nog met opmerkingen over hoe het programma in de klas is verlopen en met tips hoe het beter kan. Ze benoemen bijvoorbeeld dat het onrustig was in de klas.

Het was heel leuk, maar als de klas wat rustiger was konden we meer dingen doen.
(Noord 2, groep 8)

Tips over het programma zijn heel wisselend. Sommige kinderen willen meer doen en minder praten. Andere leerlingen vinden juist de filmpjes die de Fawaka-docent laat zien interessant. Enkele kinderen willen langere lessen, andere juist kortere. Een aantal kinderen zegt dat ze het jammer vinden dat de lessen al voorbij zijn en vraagt of Fawaka nog een keer terugkomt. Aan het slot van elk groepsgebesprek is er de vraag: wil je nog iets vertellen wat we niet hebben gevraagd? Eén leerling zegt daarop:

Wat ik dacht dat we zouden doen met chocola, oh lekker, we gaan chocolade maken, we gaan het eten. Maar ik wist nooit dat er zo'n verhaal achter zat. (...) Het enige ding wat ik over chocola wist is dat het lekker is. En voor de rest eigenlijk niks. En daardoor heb ik heel veel meer geleerd dan ik dacht.
(Zuidoost 2, groep 7)

4.3 Resultaten interviews met ouders

Wat vertellen kinderen thuis over de Fawaka-lessen aan hun ouders? En merken ouders iets van de effecten van de Fawaka-lessen bij hun kinderen? Het laatste element in de dataverzameling rond de Fawaka-lessen betrof het kort interviewen van ouders. Dit is anders gelopen dan oorspronkelijk gepland. In normale omstandigheden worden de Fawaka-programma's afgesloten met een evenement waarvoor ook ouders uitgenodigd worden. De bedoeling was ouders rond dit evenement kort te interviewen. In de praktijk waren ouders vanwege de coronamaatregelen lange tijd niet welkom in de school; en zijn geen afsluitende evenementen met ouders georganiseerd. Hierdoor is het betrekken van ouders bij het programma minder van de grond gekomen dan vooraf beoogd. Desalniettemin hebben we ouders wel bevestigd. Dat hebben we gedaan door korte telefonische interviews te houden met ouders die daarvoor via het informed consent formulier (zie bijlage 3) expliciet toestemming voor hadden gegeven.

De telefonische interviews bevatten zes vragen:

1. Heeft uw kind thuis verteld over de ondernemerslessen? Zo ja, wat heeft uw kind verteld?
2. Heeft u zelf ook actief iets gedaan rond de ondernemerslessen? Bijvoorbeeld uw kind meegeholpen met een opdracht?
3. Heeft u veranderingen gezien in het gedrag van uw kind die misschien iets met de ondernemerslessen te maken hebben? Zo ja, welke veranderingen waren dit?
4. Denkt u dat uw kind later ondernemer wil worden / een bedrijf wil beginnen? Is dat veranderd door de lessen?
5. Wat zou FAWAKA kunnen verbeteren in het betrekken van ouders bij het programma?
6. Is er verder nog iets dat u kwijt wilt over de lessen van FAWAKA?

We bespreken de resultaten aan de hand van deze vragen.

4.3.1 Thuis vertellen

Bijna alle ouders geven aan dat hun kinderen thuis verteld hebben over de Fawaka-lessen. Bij sommige is dat oppervlakkig gebeurd, terwijl andere kinderen alle details hebben verteld. Vrijwel alle ouders geven aan dat hun kinderen de lessen leuk vonden.

*Hele leuke projecten die jullie geven. Echt waar. Ik merk ook aan [naam kind], ze vindt het zo leuk. Iedere weekend is ze alweer enthousiast, van oh ja mama maandag heb ik weer choco ondernemer. Ik weet niet hoe de les inhoudelijk verder gaat, maar ze is gewoon altijd heel enthousiast aan het praten.
(Zuidoost 1, plusklas)*

*Hoe ze het mij heeft verteld en haar ervaring is dat ze het heel leuk vond. En dat ze zelf ook aan gaf, mama ik hoop dat er nog meer van zulke projecten komen.
(Nieuw-West 1, groep 7)*

Een aantal ouders merkt aan hun kinderen dat de lessen veel indruk hebben gemaakt. Ze benoemen dit in positieve zin, zijn blij dat hun kinderen betrokkenheid tonen en erover vertellen.

*Ze vond het heel zielig, voor die mensen daar waar alles vandaan komt. Hoe hard zij moeten werken voor een heel klein bedrag. (...) Dat is heel belangrijk vind ik en dat vertelt ze heel veel.
(Nieuw-West 1, groep 7)*

*Vooral de verhalen over kindslavernij hebben diepe indruk gemaakt. Hij vertelde wat dat dan was, dat er kinderen zijn die met hele grote kapmessen die vruchten moetenopenhakken en zo. Daar kwam hij opeens helemaal zelf mee. In die zin is het wel een bijzonder project geweest, want hij vertelt bijna nooit wat over school, en ik heb hier wel veel losse verhalen over gehoord. Dus het heeft wel iets losgemaakt bij hem.
(Oost 2, groep 7)*

*Ik hoorde hem heel erg zijn broertje uitleggen over het ondernemen. En zijn broertje zei ik hoop dat ik het volgende jaar ook mag meemaken.
(Noord 1, groep 8)*

Ook wijzen sommige ouders erop dat de lessen de kinderen trots maakten. Een paar ouders noemde daarbij het certificaat dat de kinderen na afloop van de lessen krijgen (zie foto 4.2). Ook maakte de nieuwe kennis sommige kinderen enthousiast en trots.

Dan zei hij, wist je dat niet? En dan zei ik, nee dat wist ik niet. Ik eet alles, maar ik weet niet precies hoe chocola werkt van boom tot al dat soort dingen. Dus dat is mooi om mee te krijgen van hem. En hij voelt ook een beetje van ah, nu weet ik iets wat jij niet weet. Dus dat is ook heel leuk om te zien.

(Zuidoost 1, plusklas)

Hij kwam wel terug met zo'n certificaat. Daar was hij heel trots op. Dus toen ging ik hem vragen, wat kan je daarmee doen? En toen zei hij: nou mama ik kan nu in principe best wel helpen met een businessplan. Toen dacht ik: huh, helpen met wat?! Helpen met een businessplan mama! Ik weet waar je moet beginnen en hoe je het moet aanpakken.

(Noord 1, groep 8)

Foto 4.2 Uitreken van certificaten aan het einde van de Fawaka-lessen



Foto Jurre Rompa

4.3.2 Actief meehelpen

Op de vraag of ze hun kinderen actief hebben meegelopen bij onderdelen van het Fawaka programma zeggen veel ouders van niet. Deelnemers aan het Choco programma gingen zelf chocoladerepen verkopen en daar zeggen sommige ouders een beetje bij geholpen te hebben. Bij het Upcycle programma was dat minder het geval.

*Ik heb haar gesteund en ze heeft zelf mensen gevraagd. Van of ze wilde kopen. Maar daar heb ik niet mee geholpen, dat ging ze zelf doen.
(Zuidoost 1, plusklas)*

Dit element van actief betrekken van de ouders is waarschijnlijk wat minder sterk van de grond gekomen dan gehoopt vanwege de beperkende coronamaatregelen (zie ook 4.3.5).

4.3.3 Veranderingen bij kind

Merken de ouders veranderingen bij hun kind naar aanleiding van het Fawaka programma? Veel ouders vinden dat een lastige vraag en kunnen niet zo direct iets benoemen. Een aantal ouders van kinderen die het Upcycle programma hebben gevolgd noemt het bewuster omgaan met afval.

*Ik moest hier al mijn flessen voor hem opvangen en niet weggooien. En kartonnen dozen en tijdschriften. Wat ik normaliter in een tas gewoon weggooi om de twee dagen, moest ik voor hem opsparen. Want hij zei, mam daar gaan we iets mee maken.
(Noord 1, groep 8)*

*Ook van dat ze meer zegt, je moet eigenlijk sorteren. Ik gooi eigenlijk alles, van rommel, in de prullenbak. Ze zegt van mama, plastic hoort toch bij plastic, karton bij karton. Ik zei, ja, weet ik, maar gooi maar gewoon in de prullenbak hoor.
(Zuidoost 3, groep 6)*

Ook toegenomen nieuwsgierigheid van hun kinderen wordt enkele keren genoemd, met name na afloop van het Choco programma.

*Tijdens het boodschappen doen gaat ze ook die verpakkingen bekijken. En zegt ze: o ja dit is die en dit is dat. Dat heeft ze wel heel leuk ervaren.
(Nieuw-West 1, groep 7)*

*Nieuwsgierigheid heeft haar helemaal in de ban. Dat wil zeggen, ze is dieper gaan onderzoeken in de iPad (...) bij elk ding dat ik nu eet. Bijvoorbeeld vorige week had ik een passievrucht gegeten en dat is een markoeza, een Surinaamse vrucht. En toen zei ze van, mama, wat kan je hieruit maken. En toen zei ik, van markoeza kun je siroop maken, en sap maken.
(Oost 2, groep 7)*

Sommige kinderen zijn al heel milieubewust en worden door het programma versterkt in hun overtuigingen.

Ouder: [naam kind] is zelf vegetarisch, en ons gezin verder niet, maar nu dus wel, want hij heeft het toch voor elkaar gekregen om vast te houden daarin, en uiteindelijk is het voor ons natuurlijk dan gemakkelijker om maar ook geen vlees te eten. Dat doet hij dan ook echt vanuit een duurzaamheidsperspectief. (...) Hij vindt het ook wel zielig voor de dieren natuurlijk, maar hij vindt het vooral slecht voor het milieu.

Interviewer: Maar hij is niet vegetariër geworden door deze lessenserie, dat was hij al?

*Ouder: Nee, dat was hij al. Maar daar heeft hij natuurlijk toch een soort bevestiging wel weer bij gekregen, dat het toch belangrijk is om daarover na te denken.
(Oost 2, groep 7)*

4.3.4 Ondernemer worden

Denken ouders dat hun kind ondernemer wil worden? Op deze vraag antwoorden veel ouders dat ze het niet weten, onder meer omdat ze hun kind nog te jong vinden voor zo'n keuze.

Ja het is natuurlijk allemaal nog wel heel vroeg. Ze is maar 10 nog. Ze heeft het er nu meer over dat ze misschien in de zorg zou willen werken. Dat is natuurlijk ook hartstikke mooi.

(Zuidoost 2, groep 7)

[naam kind] is nog een klein meisje zeg maar, nog maar elf jaar. Dus zij wil graag... zij droomt af en toe misschien tandartsassistent worden. (...) Maar ondernemer, ik weet het niet hahaha.

(Noord 1, groep 8)

Ik weet het niet. Maar ja, kinderen zitten nu in een bepaalde leeftijd en dat verandert zo snel. Dus wie weet dat ze er later anders over denkt.

(Zuidoost 1, plusklas)

Voor enkele ouders die zelf een onderneming hebben is het Fawaka programma een goede aanleiding om hier met hun kind verder over te spreken. In coronatijd zijn de ervaringen van ouders met onderneming overigens niet allemaal positief.

Ik stuur ze er wel op aan van, je moet nooit voor een baas gaan werken, je moet gewoon altijd zelf gaan ondernemen. En ik ga eind dit jaar met mijn volgende onderneming beginnen, zelf, dus ik ben ook zelf heel ondernemend. En [naam kind] is dan voor mij uit haarzelf het logo voor mijn bedrijf aan het maken, dat is wel schattig, die ontwikkeling om te zien.

(Zuidoost 3, groep 6)

Een aantal ouders geeft aan dat hun kind naar aanleiding van het Fawaka programma voor het eerst begonnen is over ondernemer worden.

Ouder: Dat zegt ze nu al, na de lessen, ze zegt ik wil ook een bedrijf beginnen, ja echt waar.

Interviewer: En voorheen had ze het daar niet over? Of minder?

Ouder: Ze wist niet eens wat een bedrijf openen betekende. Ze wist niet eens wat dat was. Heel veel woorden heeft ze er ook van geleerd.

(Nieuw-West 1, groep 7)

Ze had het er wel over van, het zou wel leuk zijn als ik een eigen winkel heb, en daar heeft ze het nog nooit over gehad. Maar sinds zij dit dus op school heeft gehad, heeft ze dus wel zoiets van, het is wel leuk om iets van jezelf aan mensen te kunnen verkopen.

(Oost 2, groep 7)

Ouder: [naam kind] had het eigenlijk nooit over dat hij een eigen bedrijf wilde beginnen, maar laatst zei hij, het is echt leuk, en weet je hoe makkelijk het eigenlijk is om een eigen bedrijf te beginnen. Haha, dat vond ik wel grappig, want ik zei, nou jongen, zo makkelijk is het niet. Hij zei jawel, want ik heb gehoord, ze heeft het uitgelegd hoe je kan beginnen.

(Oost 2, groep 7)

Hij zei mama, (...) ik ga mijn bedrijfje doen, ik heb zoveel informatie gehaald. (...) Hij heeft redelijk veel dingetjes echt bij jullie geleerd, moet ik zeggen.
(Oost 1, groep 8)

Tot slot is er een enkele ouders die zijn kind nu al ziet ondernemen.

Met een groepje kinderen zijn ze bezig om in de vakantie snoepjes te verkopen op de braderie hierzo. Dus hij is soort van bezig met zijn eigen onderneming, want hij kwam mij al vertellen of ik niet wat geld voor hem had om wat lekkers te kopen zodat hij het met zijn vrienden kan verkopen. Hij wou ook ijsjes maken, maar ik moest daarvoor mijn oude ijsstokjes bewaren. Dus dat vond ik wel van oké dat heb je wel meegekregen van oude dingen kan je wel weer gebruiken.
(Noord 1, groep 8)

4.3.5 Tips voor Fawaka

Verschillende ouders komen met praktische tips aan Fawaka om ouders verder bij het programma te betrekken. Ze hebben er alle begrip voor dat dat in coronatijd moeilijk is, maar hebben desondanks nog ideeën.

Een klein filmpje maken zodat we een stukje terug kunnen zien in een app, zoiets eigenlijk. Want je hebt natuurlijk ook werkende ouders, als je een klein filmpje terug kunt kijken, dat zou ook wel fijn zijn. Het hoeft niet lang te duren, gewoon een paar shots, van de klas, in het begin en hoe het eindigt, van die belangrijke punten even laten zien, ik denk dat dat gewoon leuk zou zijn hoor.
(Zuidoost 3, groep 6)

Misschien een eindpresentatie. Iedere keer zeg maar in groepjes en de ouders. Dat had in principe wel online gekund.
(Nieuw-west 1, groep 7)

Er zullen ongetwijfeld ouders zijn die zelf ook ondernemer zijn, en die zouden dat kunnen laten zien, daar tien minuten over vertellen in de klas, bijvoorbeeld.
(Oost 2, groep 7)

Ook zijn er nog andere ideeën voor het programma. Het zou uitgebreid kunnen worden door echt met winkels een deal te maken, door er een langer lopende activiteit van te maken, of door het programma een vervolg te geven op de middelbare school.

Ik zou het wel leuk vinden als het ook echt in de winkel zou liggen. Hun labeltje. Dan niet voor altijd, maar voor eenmalig of dat het in ieder geval echt in de winkel verkocht wordt. Met Albert Heijn een deal maken of zoiets.
(Zuidoost 1, plusklas)

Als tip zou ik kunnen meegeven, het zou leuk zijn als het een activiteit wordt die standaard na school, bijvoorbeeld een keer in de week, gegeven wordt. En dan moet het niet alleen gaan over ondernemen, maar dat er ook andere vakken worden gegeven. Na school het liefst natuurlijk, want je wil niet dat er andere lessen voor vervallen als er een project komt van buitenaf.
(Oost 2, groep 7)

*Ik vind het normaal, een heel goed project, als je daarmee door gaat op de middelbare school, klas 1, 2 of 3 of klas 4. Dat zou meer effectief kunnen zijn. Ze kunnen nu nog niet zo onthouden voor later.
(Nieuw-West 1, groep 7)*

Tot slot richt één van de ouders zich rechtstreeks tot de Fawaka-docenten.

*Gewoon doorgaan, niet stoppen met dit soort lessen, want ze zijn echt leerzaam voor de kinderen, de kinderen groeien ook met mooie goede informatie. Ik ben trots op jullie en ik wil graag gewoon dat het ook doorgaat bij een andere school.
(Oost 1, groep 8)*

5. Discussie en conclusie

Wat kunnen we naar aanleiding van de enquêtes, de groepsgesprekken en de ouderinterviews zeggen over het doel van dit onderzoek? Dat doel was om inzichtelijk te maken of deelname aan de sociaal ondernemerschapsmodules van Fawaka bijdraagt aan de ontwikkeling van positieve(re) attitudes ten aanzien van, en (betere) vaardigheden voor sociaal ondernemerschap bij kinderen en of zij (daardoor) sociaal ondernemerschap zien als een toekomstig loopbaanperspectief.

De kern van het onderzoek ging dus over vaardigheden, attitudes en intenties. Daarnaast zijn ook data verzameld over kennis (evaluatie van kinderen zelf) en gedrag (voorbeelden vanuit groepsgesprekken en ouderinterviews). Tenslotte hebben we de kinderen gevraagd de Fawaka-programma's te evalueren.

We beginnen dit hoofdstuk met een korte reflectie op de verzamelde data. Daarna bespreken we de belangrijkste bevindingen rond evaluatie, kennis, vaardigheden, attitudes, gedrag en intenties. Deze brengen we kort in verband met eerdere inzichten uit de literatuur. Vervolgens trekken we hieruit conclusies.

De data die we hebben verzameld in dit onderzoek zijn waardevol, maar kennen tegelijkertijd beperkingen. Zo hebben we kinderen gevraagd om hun eigen kennis, vaardigheden en houding over bepaalde thema's in te schatten. We hebben dus geen objectieve meting gedaan over de ontwikkeling van kennis, maar gevraagd naar de subjectieve inschatting (zelfevaluatie) van kinderen. We hebben de kinderen dit gevraagd vóór de eerste les en na de laatste les en interpreteren de verschillen tussen de eerste en tweede enquête als ontwikkeling. Daarbij is het wel belangrijk om op te merken dat de kinderen in de enquête niet expliciet is gevraagd naar ontwikkeling: ze hebben dezelfde vragen opnieuw gehad, maar kregen daarbij niet hun eerdere scores te zien. We hebben de resultaten uit de enquête als basis gebruikt in de analyse en het beeld dat zo ontstond aangevuld met inzichten uit groepsgesprekken. Daarbij zagen we inderdaad meer nuance ontstaan rond sommige concepten. Daarnaast hebben we ouders bevroegd. Die zijn niet bij de lessen aanwezig geweest en kunnen dus alleen indirect rapporteren over wat ze via hun eigen kind te horen of te zien hebben gekregen in relatie tot het onderwijsprogramma. Ze zien gedrag van hun kinderen thuis. We hebben geen informatie verzameld over eventueel veranderd gedrag van de kinderen op school. Kortom: er is nog veel meer informatie die rond dit onderwijsprogramma verzameld kan worden. In dit onderzoek staat perceptie van kinderen en hun ouders centraal.

5.1 Evaluatie

De deelnemende kinderen en hun ouders zijn tevreden over het Fawaka-programma. Kinderen geven het gemiddeld een hoog cijfer en zeggen plezier te hebben gehad en nieuwe dingen te hebben geleerd. Ze zijn trots op wat ze bereikt hebben.

Het Choco programma lijkt iets aantrekkelijker voor de kinderen, gezien de hogere scores bij het rapportcijfer en de andere evaluatievragen. Daarbij moet aangetekend dat de leerlingen die het Choco programma volgden gemiddeld iets jonger waren dan de deelnemers aan het Upcycle programma (er waren geen Choco programma's in groep 8). Tegelijk zijn ook de deelnemers aan het Upcycle programma tevreden en noemen juist zij vaak de inhoud van het programma (recyclen / upcyclen) als gevraagd wordt wat ze geleerd hebben.

Ook ouders geven aan dat hun kinderen het programma leuk vonden. Het betrekken van ouders had nog wel sterker gekund. Daar moet bij vermeld dat de mogelijkheden om ouders te betrekken door de coronamaatregelen ten tijde van het programma sterk waren ingeperkt.

5.2 Kennis

De kennis over een bedrijf beginnen neemt volgens de kinderen zelf flink toe. In de enquête is op deze vraag veruit het grootste verschil te zien tussen de eerste en tweede meting. Kinderen schatten hun kennis over ondernemen vooraf vrij laag in. Na afloop is deze onder alle kinderen flink toegenomen. Opvallend is dat kinderen die niet eerder les kregen over ondernemen hun kennis na afloop precies even hoog inschatten als kinderen die hier wél eerder les over kregen.

De kinderen schatten hun kennis over duurzaamheid vooraf een stuk hoger in dan hun kennis over ondernemen. Desondanks neemt deze kennis nog verder toe. Datzelfde geldt voor kennis over waar spullen in de winkel vandaan komen.

Bij de open vraag 'noem één ding dat je geleerd hebt in de Fawaka-lessen' valt op dat heel veel kinderen de inhoud benoemen van het specifieke programma dat ze gevolgd hebben. Het gaat dan om meer kennis over cacao of chocola bij het Choco programma en over recyclen / upcyclen in het Upcycle programma. Ook geven behoorlijk wat kinderen aan over ondernemen geleerd te hebben. In de groepsgesprekken komt dit ook als belangrijk leeronderwerp naar voren. Enkele ouders geven in interviews aan dat hun kinderen trots over hun nieuwe kennis verteld hebben.

5.3 Vaardigheden

Hoe beoordelen kinderen hun eigen ontwikkeling op het gebied van een aantal vaardigheden? In de enquête vroegen we naar niet-cognitieve vaardigheden zoals zelfvertrouwen, presenteren en samenwerken, die voor ondernemerschap van belang zijn. Kinderen schatten hun vaardigheden voorafgaand aan het programma gemiddeld gezien al vrij hoog in en voor de totale groep is er na afloop weinig ontwikkeling te zien. De grootste ontwikkeling in de enquête is te zien rond het presenteren van ideeën. Verschillende kinderen noemen ook bij de open vraag dat ze juist over pitchen of presenteren hebben geleerd.

Deze bevinding voor de totale groep kinderen valt niet uit de toon bij eerder onderzoek naar de resultaten van ondernemerschapsonderwijs onder kinderen en jongeren.⁴⁰ Deze bleken niet consistent: soms werden positieve effecten gevonden, soms negatieve effecten en soms geen effecten. Wel werden juist bij programma's voor jongere kinderen vaker positieve effecten gevonden. De programma's zijn echter lastig te vergelijken met de Fawaka programma's vanwege de grote verschillen in duur, context, doel (commercieel versus sociaal ondernemerschap) en manier waarop de ontwikkeling is gemeten.

Een opvallend resultaat uit dit onderzoek dat duidelijk verschilt van resultaten uit eerder onderzoek is het feit dat rond een aantal niet-cognitieve vaardigheden de verschillen tussen jongens en meisjes duidelijk worden verkleind. Het zelfvertrouwen bij meisjes lijkt relatief toe te nemen. Dat is bijvoorbeeld te zien bij de stellingen 'ik weet waar ik goed in ben' en 'ik heb er vertrouwen in dat alles gaat lukken', waar jongens zichzelf bij de eerste vragenlijst duidelijk hoger scoorden dan meisjes. Bij de tweede meting is dat verschil nagenoeg verdwenen. Ook bij de vraag over samenwerken valt op dat jongens hun samenwerkvaardigheid vooraf hoger inschatten dan meisjes, maar dat ze achteraf precies even hoog scoren. Ook in de groepsgesprekken zeggen kinderen dat samenwerken belangrijk is voor ondernemen.

Eerder onderzoek naar ondernemerschapsonderwijs wees er juist op dat self-efficacy (het geloof in het eigen kunnen) bij jongens toeneemt en bij meisjes afneemt. Hier ging het om onderzoek naar een

⁴⁰ Brüne en Lutz 2020, p. 280.

competitief ondernemerschapsprogramma voor kinderen tussen 12 en 17 jaar, waarbij de 'beste' onderneming aan het eind van het programma een prijs kreeg.⁴¹ De onderzoekers concludeerden dat meisjes zichzelf niet competitief en agressief genoeg vonden voor ondernemerschap. Het Fawaka programma is duidelijk anders van opzet; en dit leidt ook tot een ander resultaat.

5.4 Attitude

Hoe kijken kinderen naar duurzaam en sociaal leven; en de rol van bedrijven hierbij? Bijna alle kinderen vinden het vooraf al belangrijk om goed te zorgen voor de natuur en mensen om zich heen, en dat verandert niet. Het valt wel op dat juist onder jongens de score iets hoger wordt. Bij de open vraag wordt het belang van het goed zorgen voor de natuur ook regelmatig benoemd.

Een duidelijke ontwikkeling is te zien bij de stelling 'ik denk dat bedrijven kunnen helpen bij het oplossen van grote problemen in de wereld'. Het percentage kinderen dat het (sterk) met deze stelling eens is, stijgt van 59% naar 73%. Ook hier valt op dat verschillen tussen groepen weg lijken te vallen aan het eind van het programma. Zo scoren meisjes en jongens gelijk, terwijl meisjes vooraf lager scoorden. Datzelfde geldt voor verschillen tussen kinderen die al dan niet iemand met een eigen bedrijf kennen. Kinderen die zeiden niet zo iemand te kennen scoorden vooraf laag op deze vraag, maar hebben dezelfde eindscore als kinderen die wel zo iemand kennen.

Verder blijkt uit de groepsgesprekken dat een aantal kinderen ondernemerschap uit zichzelf koppelen aan maatschappelijke doelen.

Deze resultaten rond attitude gaan specifiek over sociaal ondernemerschap en meervoudige vormen van waarde. Hierdoor zijn ze niet te vergelijken met eerder onderzoek naar ondernemerschapsonderwijs, waarin niet naar deze onderwerpen is gevraagd.

5.5 Gedrag

Wat verandert er naar aanleiding van de Fawaka-lessen in het gedrag van kinderen? Dit onderwerp is in tegenstelling tot de andere hoofdthema's niet in de enquête, maar vooral in de groepsgesprekken (mening kinderen) en ouderinterviews (observatie door ouders) ter sprake gekomen.

Kinderen zeggen onder meer dat ze letten op keurmerken als ze in de winkel zijn en dat ze bewuster zijn van de mogelijkheden om spullen opnieuw te gebruiken. Ze zijn ook meer bezig met recycling en afval, en een enkeling spreekt anderen (waaronder ouders!) daar ook op aan.

Ouders noemen het praktisch verzamelen van spullen rond opdrachten in combinatie met toegenomen bewustzijn over het hergebruik van producten. Daarnaast ziet een aantal ouders dat hun kind nieuwsgieriger is geworden en/of enthousiast over het programma vertelt aan anderen.

Ook rond dit onderwerp is er nog weinig onderzoek waarmee we deze resultaten kunnen vergelijken.

5.6 Intenties

Hoe kijken kinderen naar hun eigen rol later; willen ze (sociaal of duurzaam) ondernemer worden? Hier is het beeld wisselend. Allereerst valt op dat kinderen geld verdienen heel belangrijk vinden voor later. Ruim 90% van de kinderen is het vooraf al eens is met de stelling dat ze later zo veel mogelijk geld willen verdienen; en dat verandert niet. In de groepsgesprekken wordt dit beeld wel genuanceerd. Hier spreken kinderen uit dat ze het belangrijk vinden om voor anderen en de natuur te zorgen, ook als ze een bedrijf hebben.

⁴¹ Bergman et al., 2011.

Wie wil er dan later een bedrijf beginnen? Dit is op verschillende manieren gevraagd. Eerst in algemene zin; 'het lijkt me leuk om later een eigen bedrijf te hebben'. De animo daarvoor neemt af tussen de eerste en tweede enquête. Daarbij valt op dat die afname bij meisjes minder sterk is dan bij jongens, en dat zij op een hogere eindscore uitkomen. Uit de groepsgesprekken komen een aantal mogelijke oorzaken voor de geconstateerde daling naar voren. Kinderen komen erachter dat een bedrijf beginnen ingewikkeld is. Een enkeling komt erachter dat ze juist niet een eigen bedrijf willen. Dit past bij bevindingen uit eerder onderzoek rond het 'sorting effect', wat inhoudt dat deelnemers na een onderwijsprogramma over ondernemerschap duidelijker 'gesorteerd' worden in enerzijds een (iets kleinere) groep die wel wil ondernemen en anderzijds een (iets grotere) groep die niet wil ondernemen. Verder valt op dat de animo om later een rol te nemen bij 'oplossen van grote problemen in de wereld' licht toeneemt. De animo om een eigen bedrijf te hebben dat daaraan werkt neemt iets af, maar de daling is veel minder dan bij de animo voor ondernemen in het algemeen. Hier valt op dat de jongste kinderen (groep 6) duidelijk enthousiaster zijn dan de iets oudere groep. In de groepsgesprekken en de ouderinterviews geven diverse kinderen en ouders aan dat ze nog niet toe zijn aan de vraag. Kinderen zeggen dat het nog niet weten, ouders zeggen dat hun kind nog te jong is. Andere kinderen laten echter juist zien dat ze al goed nagedacht hebben over een bedrijf beginnen, en over de balans tussen geld verdienen en iets goeds doen voor de wereld. Een enkeling is nu zelfs al bezig met ondernemen.

5.7 Conclusie

Wat is nu uiteindelijk te zeggen over het doel van dit onderzoek? Dat doel was om inzichtelijk te maken of deelname aan de sociaal ondernemerschapsmodules van Fawaka bijdraagt aan de ontwikkeling van positieve(re) attitudes ten aanzien van, en (betere) vaardigheden voor sociaal ondernemerschap bij kinderen en of zij (daardoor) sociaal ondernemerschap zien als een toekomstig loopbaanperspectief.

Attitude: Vrijwel alle kinderen zeggen meer te weten over ondernemen. Ook over duurzaamheid neemt de kennis toe. Meer kinderen zien een rol voor bedrijven bij het oplossen van maatschappelijke problemen.

Vaardigheden: Bij de totale groep deelnemers is geen grote ontwikkeling te zien, maar daarbij moet aangetekend dat het gaat om de eigen inschatting van kinderen over hun vaardigheden. De resultaten uit de groepsgesprekken wijzen erop dat de kinderen wel degelijk ondernemende vaardigheden aanleren. Interessant resultaat is dat de verschillen tussen jongens en meisjes duidelijk afnemen. Het lijkt erop dat meisjes na deelname aan het Fawaka programma relatief meer zelfvertrouwen krijgen. Dat resultaat is tegengesteld aan de resultaten van eerder onderzoek naar een competitieve vorm van ondernemerschapsonderwijs. Ook vallen verschillen tussen jongens en meisjes in de inschatting van hun vaardigheid tot samenwerken na afloop van het programma weg, terwijl jongens zichzelf vooraf nog hoger inschatten.

Intenties: Willen kinderen later (sociaal) ondernemer worden? Na afloop van het programma zeggen minder kinderen zelf te willen gaan ondernemen dan voor het programma. Ook op dit vlak worden de verschillen tussen jongens en meisjes flink verkleind. De animo om later een rol te nemen bij 'oplossen van grote problemen in de wereld' neemt wel licht toe. Een aantal kinderen is al bezig met het uitdenken van ideeën waarbij geld verdienen wordt gecombineerd met iets goeds doen.

Van de outputdoelen in de theory of change van Fawaka hebben we zes doelen onderzocht. Hieronder staan ze op een rij, met kort samengevat de belangrijkste bevindingen:

1. *Theoretische / praktische inzichten duurzaamheid.* Kinderen doen hierover duidelijk nieuwe inzichten op en passen dit ook toe.
2. *Zelf ontdekken / leren gestimuleerd.* Kinderen zeggen veel geleerd te hebben: op inhoud, op vaardigheden en qua bewustzijn.
3. *Eigen krachten ontdekken.* Vanuit de groepsgesprekken met kinderen en interviews met ouders zijn hiervan diverse voorbeelden te noemen.
4. *Ondernemersvaardigheden aangeleerd.* Op enkele vaardigheden zoals presenteren en samenwerken is ontwikkeling te zien, maar dit zou in vervolgonderzoek nog specifiek moeten worden uitgevraagd.
5. *Lesstof thuis aangekaart.* Een grote meerderheid van de kinderen heeft dit gedaan.
6. *Ouders actief betrokken bij leerproces.* Dit had volgens ouders sterker gekund, maar was vanwege de coronamaatregelen ten tijde van het onderzoek erg lastig.

Alles bij elkaar geeft dit onderzoek aan dat de kinderen die deelnemen aan de Fawaka-programma's meer leren over ondernemen en over duurzaamheid, en dat een deel van de kinderen deze onderwerpen ook koppelt. Daarnaast lijkt het programma het verschillen te verkleinen tussen jongens en meisjes op het gebied van (perceptie van) vaardigheden én intenties om later te gaan ondernemen. De kinderen krijgen een realistischer beeld van ondernemerschap als loopbaanperspectief. Tot slot zeggen meer kinderen later een rol te willen nemen bij 'oplossen van grote problemen in de wereld'. Dat is een mooi perspectief!

6. Aanbevelingen

Wat kunnen onderwijsaanbieders, onderzoekers en overheden nu doen met de resultaten uit dit onderzoek? Hieronder zetten we aanbevelingen voor deze drie groepen op een rij.

6.1 Aanbevelingen voor onderwijsaanbieders

Dit onderzoek gaat over de programma's van Fawaka Ondernemersschool, maar de resultaten kunnen ook relevant zijn voor andere aanbieders van ondernemerschapsonderwijs voor kinderen. Daarbij passen de volgende aanbevelingen die voortkomen vanuit dit onderzoek, in combinatie met de literatuur:

- *Werk vanuit een theory of change.* De onderzochte onderwijsprogramma's zijn door Fawaka ontwikkeld vanuit een missie, visie en strategie en kennen een consistente inhoudelijke opbouw. Uit dit onderzoek is duidelijk dat de kinderen de Fawaka programma's over het algemeen hoog waarderen én dat de resultaten bijdragen aan de outputdoelen in de theory of change van Fawaka. Dit is dus een combinatie die werkt.
- *Activeer kinderen, wees speels en niet (te) competitief.* De Fawaka-programma's zitten vol activerende werkvormen en zijn speels van opzet. Van alle kinderen wordt inzet verwacht, maar het competitieve element is beperkt. In de resultaten is te zien dat bij deze opzet de verschillen tussen jongens en meisjes kleiner worden, terwijl uit eerder onderzoek naar competitieve programma's juist bleek dat die verschillen groter werden.
- *Stem goed af op de precieze doelgroep.* In dit onderzoek bleek het Choco programma wat populairder onder kinderen dan het Upcycle programma. Het thema van het Choco-programma slaat goed aan bij de kinderen. Naast het thematisch afstemmen op de doelgroep, is ook afstemming op voorkennis van belang. Bij leerlingen die al eerder les hadden gehad over ondernemerschap was het leereffect kleiner. Voor kinderen die al eerder les hebben gehad kan wellicht een apart programma of een aparte variant ontwikkeld worden.
- *Betrek ouders.* Uit de korte interviews met ouders blijkt dat een aantal ouders behoefte heeft aan een actieve rol en een bijdrage wil leveren, soms vanuit eigen ervaring. Dat kan voor de kinderen een langduriger leereffect en een bereikbaar rolmodel opleveren. Uit de literatuur is bekend dat de inzet van ondernemende rolmodellen waarmee kinderen zich kunnen identificeren goed werkt. Dit is in dit onderzoek niet expliciet onderzocht.
- *Verwacht geen toename van 'ondernemende intenties'.* Uit de literatuur is bekend dat kinderen na afloop van een ondernemerschapsprogramma *gemiddeld* minder positief reageren op de vraag of ze later zelf willen gaan ondernemen. Dit staat bekend als het 'sorting effect': kinderen worden 'gesorteerd' in enerzijds een (iets kleinere) groep die wel wil ondernemen en anderzijds een (iets grotere) groep die niet wil ondernemen. Dat bleek ook weer in het onderzoek over de Fawaka-programma's: ondernemer worden is niet voor iedereen een interessant perspectief. Tegelijk is de ontwikkeling van ondernemende vaardigheden wel voor een brede groep waardevol.
- *Evalueer met kinderen.* Uit dit onderzoek blijkt dat kinderen prima in staat zijn hun mening over het programma onder woorden te brengen en met concrete suggesties voor verbetering te komen. Overweeg een element van monitoring en evaluatie standaard in onderwijsprogramma's in te bouwen.

6.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Een onderzoeksrapport is natuurlijk niet compleet zonder aanbevelingen voor vervolgonderzoek. De resultaten uit dit onderzoek zijn een waardevolle eerste stap, maar meer gedetailleerd onderzoek is nodig om algemene uitspraken te kunnen doen over de effecten van programma's over sociaal en duurzaam ondernemen voor kinderen.

Vervolgonderzoek kan in verschillende richtingen gaan:

- *Verdiepend onderzoek*, waarbij wordt ingezoomd op één of enkele hoofdconcepten (kennis, vaardigheden, attitude, gedrag, intentie) in plaats van allemaal. Dit biedt dan ook de mogelijkheid gevalideerde vragenlijsten in te zetten, of vragenlijsten te valideren. Op basis van dit onderzoek liggen de interessantste vervolgvragen enerzijds op het vlak van vaardigheden en intenties, juist omdat hier een vergelijking kan worden gemaakt met ondernemerschapsonderwijs dat niet gericht is op sociaal of duurzaam ondernemen. maar anderzijds ligt er juist een uitdaging rond verdieping op het vlak van attitude en gedrag, omdat dit een heel specifieke invulling krijgt vanuit sociaal en duurzaam ondernemen en hierover nog weinig bekend is.
- *Longitudinaal onderzoek*, waarbij de nadruk ligt op effecten op de langere termijn. Er is nu op twee momenten gemeten: onmiddellijk voor en onmiddellijk na het programma. Maar wat blijft er op wat langere termijn hangen van de programma's? Het is interessant om kinderen die aan het programma deelnemen wat langere tijd te volgen.
- *Vergelijkend onderzoek*, waarbij wordt gekeken in hoeverre de resultaten van programma's afhankelijk zijn van de specifieke opzet en context. In vervolgonderzoek zou het mooi zijn om een controlegroep mee te nemen, die geen programma volgt. Daarnaast zou het goed zijn om programma's van verschillende intensiteit en duur met elkaar te vergelijken. Tot slot is het interessant om programma's internationaal te vergelijken, zodat kennis wordt uitgewisseld en uiteindelijk meer impact kan worden gemaakt.

6.3 Aanbevelingen voor overheden

In dit onderzoek hebben we gezien hoe een relatief kortdurend programma over sociaal en duurzaam ondernemen een verschil kan maken voor kinderen. De uitvoering van de programma's en dit onderzoek werden ondersteund door Amsterdam Impact, het programma van de gemeente Amsterdam dat impact ondernemerschap bevordert. De lessen uit dit project kunnen ook relevant zijn voor andere overheden, waarvoor wij de volgende aanbevelingen hebben:

- *Steun de ontwikkeling van vernieuwend ondernemerschapsonderwijs*. Het ontwikkelen van ondernemende vaardigheden wordt alom als belangrijk beschouwd. In 'klassieke' onderwijsprogramma's wordt ondernemerschap vaak gekoppeld aan concurrentie en geld verdienen, terwijl de programma's van Fawaka gericht zijn op samenwerking en meervoudige waardecreatie. De toepassing van nieuwe vormen van economisch denken levert dan ook andere resultaten op; wat bijvoorbeeld te zien is in het afnemen van verschillen tussen meisjes en jongens. Dit past goed bij beleidsdoelstellingen van veel overheden.
- *Stimuleer ondernemerschap in de hele onderwijsketen*. De overheid kan haar rol nemen bij het ontwikkelen en ondersteunen van een vernieuwend curriculum rond ondernemerschap in de hele onderwijsketen, van basisschool tot beroepsonderwijs of universiteit. Zo kan het onderwijs rond sociaal en duurzaam ondernemen telkens voortbouwen op wat al eerder geleerd is en worden jonge ondernemers gestimuleerd.
- *Steun impactonderzoek*. Over de effectiviteit van vernieuwende onderwijsprogramma's zoals die van Fawaka is vaak nog weinig bekend. Het is belangrijk om dat in de klas te meten, zoals in dit onderzoek ook is gebeurd. Voor zulk onderzoek hebben onderwijsontwikkelaars en onderzoekers

vaak weinig middelen beschikbaar. Overheden kunnen hier een belangrijke rol spelen met het oog op het stimuleren van effectief en impactvol onderwijs.

- *Wissel best practices uit.* Op basis van onderzoek kan worden vastgesteld wat de 'werkzame bestanddelen' zijn van onderwijsprogramma's rond sociaal en duurzaam ondernemen. Vervolgens kunnen de 'best practices' worden uitgewisseld, in zowel nationaal als internationaal verband. Hierdoor hoeft het wiel niet telkens opnieuw te worden uitgevonden en kunnen inzichten uit verschillende contexten worden meegenomen, waardoor de onderwijsinhoud verder verrijkt kan worden.

Vooruitlopend op de laatste aanbeveling hebben Amsterdam Impact, Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam al het initiatief genomen om met internationale partners een samenwerkingsproject te starten waarin kennis over soortgelijke programma's wordt uitgewisseld en verder ontwikkeld. We hopen hiermee een volgende stap te zetten op weg naar het grotere doel: kinderen helpen om de ecologische en sociale uitdagingen om hen heen aan te gaan, door ondernemersvaardigheden te ontwikkelen die ze kunnen gebruiken als een 'kracht ten goede'.

Literatuur

Atienza-Sahuquillo, C., Barba-Sánchez, V., & Matlay, H. (2016). The development of entrepreneurship at school: the Spanish experience. *Education + Training* 58(7/8), p. 783–796. <https://doi.org/10.1108/et-01-2016-0021>

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 10, 593884. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7991&furtherPubs=yes>

Bal, J., Bruins, A., de Jonge, J., Tan, S., Verheul, I., & Wennekers, S. (2007). *Ondernemerschap in het primair en voortgezet onderwijs*. EIM Report A, 200709. <http://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/a200709.pdf>

Bergman, N., Rosenblatt, Z., Erez, M., & De-Haan, U. (2011). Gender and the effects of an entrepreneurship training programme on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial knowledge gain. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 13(1), pp. 38-54. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040415>

Bianchi, G., Pisiotis, U. & Cabrera Giraldez, M. (2022). *GreenComp. The European sustainability competence framework*. Luxemburg: Publications Office of the European Union. doi:10.2760/13286, JRC128040. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>

Bisanz, A., Hueber, S., Lindner, J., & Jambor, E. (2019). Social Entrepreneurship Education in Primary School: Empowering Each Child with the YouthStart Entrepreneurial Challenges Programme. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 10(2), 142–156. https://kphvie.ac.at/fileadmin/Dateien_KPH/SDG/Fachbeitraege/Social_Entrepreneurship_Education_in_Primary_School_Empowering_Each_Child_with_the_YouthStart_Entrepreneurial_Challenges_Programme.pdf

Boersma-De Jong, M. (2021). *Basisboek duurzame economie*. Boom Uitgevers.

Brüne, N., & Lutz, E. (2020). The effect of entrepreneurship education in schools on entrepreneurial outcomes: a systematic review. *Management Review Quarterly*, 70(2), 275-305.

Cárcamo-Solís, M.D.L., Arroyo-López, M.D.P., Alvarez-Castañón, L.D.C., & García-López, E. (2017). Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of “My first enterprise: entrepreneurship by playing”. *Teaching and Teacher Education* (64), p. 291–304. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.02.013>

Doughnut Economics Action Lab (2020). *De stadsdonut voor Amsterdam. Een instrument voor verandering*. <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/coalitieakkoord-uitvoeringsagenda/gezonde-duurzame-stad/amsterdam-circulair-2020-2025/>

Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.

Elkington, J. (2018). 25 years ago I coined the phrase “triple bottom line.” Here’s why it’s time to rethink it. *Harvard business review*, 25, 2-5. <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>

Gemeente Amsterdam (2019). Amsterdam Impact 2019 – 2022. Het versterken van het ecosysteem van Impact Ondernemerschap. <https://www.iamsterdam.com/media/business/industry/amsterdam-impact-social-entrepreneurs/amsterdam-impact-20192022-nl.pdf>

Gemeente Amsterdam (2020). [De Staat van het Amsterdamse primair onderwijs 2020.](#)

Hogenstijn, M. (2018). Sociaal ondernemerschap: grip op het begrip. Delft: Eburon. https://research.hva.nl/files/5083957/sociaal_ondernemerschap_grip_op_het_begrip.pdf

Hogenstijn, M., Koomen, M., & Wakkee, I. (2020). *Ecosysteem Impact Ondernemen Amsterdam 2020: Een eerste beeld*. Hogeschool van Amsterdam, lectoraat Entrepreneurship. https://research.hva.nl/files/17745338/HvA_ecosysteem_impact_ondernemen_amsterdam_2020_final.pdf

Huber, L. R., Sloof, R., & Van Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: Evidence from a field experiment. *European Economic Review*, 72, 76–97. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2014.09.002>

Klomp, K., Wobben, S. & Kleijer, J. (2016). Handboek betekenisvol ondernemen. Het gat in de maatschappij. Uitgeverij Business Contact.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.

Leffler, E., & Svedberg, G. (2005). Enterprise learning: a challenge to education? *European Educational Research Journal* 4(3), p. 219–227. <https://doi.org/10.2304/eej.2005.4.3.6>

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.

Raworth, K. (2017). Donuteconomie. Nieuw Amsterdam.

Van Welsen, J. (2012). Ondernemerschap in het basisonderwijs. <https://essay.utwente.nl/62375/>

Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic behavior & organization*, 76(1), 90-112.

WCED (World Commission on Environment and Development).(1987). Our Common Future. Oxford University Press. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Bijlagen

A. Informatiebrief en informed consent verklaring schoolleiding

Geachte schoolleider,

Fawaka Ondernemersschool organiseert binnenkort een project over duurzaam ondernemen op uw school. Bij het project hoort ook een onderzoek naar wat de kinderen van het project vinden en leren. Dat onderzoek wordt uitgevoerd door de Hogeschool van Amsterdam. Voor dit onderzoek vullen kinderen twee keer een vragenlijst in: aan het begin en aan het einde van het project. Op enkele scholen vinden na afloop van het project ook groepsgesprekken met kinderen en/of korte interviews met ouders plaats.

De onderzoekers vragen de kinderen in de vragenlijst niet om persoonsgegevens. Er wordt gebruik gemaakt van 'nicknames' om de eerste en tweede ingevulde vragenlijst bij elkaar te zoeken. De vragen gaan over de mening over het project en de leerdoelen. De meningen gebruiken wij om het onderwijsprogramma te verbeteren. Wij schrijven hierover een onderzoeksrapport.

De gegevens uit het onderzoek worden verwerkt door de Hogeschool van Amsterdam en daar ook 10 jaar opgeslagen. Dat gebeurt in een database waar alleen mensen in kunnen van de hogeschool die rechtstreeks bij het project betrokken zijn. De gegevens worden alleen voor dit onderzoek gebruikt. De antwoorden van de kinderen worden allemaal anoniem verwerkt. Niet deelnemen aan het onderzoek heeft geen gevolgen voor de kinderen.

We hebben uw medewerking nodig bij het verspreiden van informatie over het onderzoek onder de ouders van de kinderen in de klas(sen) waar het project wordt uitgevoerd. Daarvoor hebben we een brief opgesteld, die we u vragen te verspreiden. We vragen u een geprinte brief mee te geven aan de kinderen en de brief waar mogelijk ook via een communicatie-app met ouders te verspreiden. Mochten er vragen van ouders bij u binnenkomen, of ouders geven bij u aan niet te willen dat hun kind deelneemt aan het onderzoek, dan vragen we u deze informatie met de onderzoekers te delen.

Het afnemen van de vragenlijst gebeurt binnen de lessen van Fawaka Ondernemersschool.

We vragen u door middel van bijgevoegde verklaring aan te geven of u akkoord gaat met deelname van de kinderen aan het onderzoek en met uw rol in het verspreiden van informatie.

Heeft u nog vragen over meedoen aan dit onderzoek? Dan kunt u contact opnemen met [contactpersoon Fawaka] of met Maarten Hogenstijn, hoofdonderzoeker van de Hogeschool van Amsterdam. U kunt hem mailen via m.hogenstijn@hva.nl of bellen op 06-10531652.

Alvast hartelijk bedankt!

Namens Fawaka Ondernemersschool,

Namens de onderzoekers,

Informed consent verklaring schoolleiding

.

Fawaka Ondernemersschool en de Hogeschool van Amsterdam (HvA) hebben mij geïnformeerd over het Fawaka programma over duurzaam ondernemen dat op mijn school wordt uitgevoerd, en het onderzoek dat daaraan gekoppeld is.

Ik verklaar hierbij:

- 1) Dat ik uitleg over de inhoud en werkwijze van het onderzoek heb gekregen; en begrepen heb dat ik meer informatie kan krijgen indien ik dat wens;
- 2) Dat ik de ouders van de kinderen die deelnemen aan het Fawaka programma informeer over het onderzoek via een door Fawaka en HvA verstrekte brief, en dat ik reacties daarop deel met de onderzoekers;
- 3) Dat ik toestemming geef om het onderzoek onder de kinderen op mijn school uit te voeren;
- 4) Dat ik toestemming geef om de resultaten in een beveiligde omgeving te bewaren, te verwerken en er geanonimiseerd over te rapporteren;
- 5) Dat ik weet dat ik deelname aan dit onderzoek op elk moment kan stopzetten, zonder dat ik hiervoor een reden moet opgeven;
- 6) Dat ik weet dat ik een verslag met de eindresultaten kan opvragen wanneer het onderzoek volledig afgerond is.

Gelezen en goedgekeurd.

Naam:

Naam school:.....

Functie:

Datum:

Plaats:

Handtekening:

B. Informatiebrief / informed consent ouders voor deelname enquête

[logo school] [logo Fawaka] [logo HVA]

Aan ouders en verzorgers van kinderen uit groep [naam groep] van [naam school],
[Datum]

Beste ouders / verzorgers,

Fawaka Ondernemersschool organiseert binnenkort een project over duurzaam ondernemen op school. Duurzaam ondernemen is in dit geval: leren hoe je je eigen bedrijf kan opzetten op een manier die goed is voor de wereld.

Bij het project hoort ook een onderzoek naar wat de kinderen van het project vinden en leren. Dat onderzoek wordt uitgevoerd door de Hogeschool van Amsterdam. Voor dit onderzoek zullen kinderen twee keer een vragenlijst invullen: aan het begin en het einde van het project.

De onderzoekers vragen de kinderen niet om persoonsgegevens. De vragen gaan over de mening over het project en de leerdoelen. De meningen gebruiken wij om het onderwijsprogramma te verbeteren. Wij schrijven hierover een onderzoeksrapport.

De gegevens uit het onderzoek worden verwerkt door de Hogeschool van Amsterdam en daar ook 10 jaar opgeslagen. Dat gebeurt in een database waar alleen mensen in kunnen van de hogeschool die rechtstreeks bij het project betrokken zijn. De gegevens worden alleen voor dit onderzoek gebruikt.

De antwoorden van de kinderen worden allemaal anoniem verwerkt en tellen niet mee voor het rapport van uw kind.

Wilt u toch liever niet dat uw kind hieraan meewerkt? Vul dan het onderstaande strookje in en lever dit voor [datum] in bij [naam leerkracht], of geef dit op een andere manier aan bij de leerkracht. Niet deelnemen aan het onderzoek heeft geen gevolgen voor uw kind. U mag zich ook op een later moment nog bedenken.

Heeft u nog vragen over meedoen aan dit onderzoek? Dan kunt u contact opnemen met [contactpersoon school] of met Maarten Hogenstijn van de Hogeschool van Amsterdam. Hij organiseert het onderzoek. U kunt hem mailen via m.hogenstijn@hva.nl of bellen op 06-10531652.

Alvast hartelijk bedankt!

Namens [naam school],
[handtekening]
[naam]

Namens de onderzoekers,
Maarten Hogenstijn

.....

Ik geef **geen toestemming** voor het meedoen van uit
groep.....aan het onderzoek.

Naam

Handtekening

C. Informatiebrief en informed consent verklaring groeps gesprek en ouderinterview

Aan ouders en verzorgers van kinderen uit [klas, school]

Amsterdam, [datum]

Beste ouders / verzorgers,

Fawaka Ondernemersschool is bezig met een project over duurzaam ondernemen op school. Duurzaam ondernemen is in dit geval: leren hoe kinderen een eigen bedrijf kunnen opzetten op een manier die goed is voor de wereld. In de afgelopen periode heeft uw kind meegedaan aan de ondernemerslessen van Fawaka ondernemersschool.

De Hogeschool van Amsterdam doet onderzoek naar deze lessen. We willen graag weten wat de effecten van de lessen zijn en hoe we het onderwijsprogramma kunnen verbeteren.

We vragen daarom alle kinderen of ze een korte vragenlijst willen invullen. Daarover hebben we u eerder informatie gestuurd. Daarnaast willen we op nog twee manieren informatie verzamelen. Daarvoor vragen we uw toestemming.

Ten eerste willen we met enkele kinderen verder in gesprek. We willen ze in een klein groepje vragen naar hun mening over het programma. Dit gesprek vindt op school plaats, meteen na afloop van de Fawaka ondernemerslessen. De docent is erbij.

Daarnaast willen we een aantal ouders kort interviewen. De vragen gaan over wat uw kind thuis heeft verteld over de ondernemerslessen, of het gedrag of de kennis van uw kind is veranderd door de ondernemerslessen en of uw kind ondernemer wil worden. Vanwege de coronamaatregelen willen we deze korte interviews telefonisch houden.

We willen u graag vragen of u hieraan wilt meewerken. U kunt het onderstaande strookje invullen en inleveren bij de leerkracht.

Over dit onderzoek schrijft de Hogeschool van Amsterdam een rapport. Antwoorden worden verwerkt door de Hogeschool van Amsterdam en daar ook 10 jaar bewaard. Dit gebeurt in een database waar alleen mensen in kunnen van de hogeschool die bij het project betrokken zijn. Uw gegevens worden anoniem verwerkt en alleen gebruikt binnen dit onderzoek.

Niet deelnemen aan het onderzoek heeft geen gevolgen voor uw kind. U mag zich ook op een later moment nog bedenken en uw antwoorden intrekken.

Heeft u nog vragen over meedoen aan dit onderzoek? Dan kunt u contact opnemen met [naam, contactgegevens] of met Maarten Hogenstijn van de Hogeschool van Amsterdam. Hij organiseert het onderzoek. U kunt hem mailen via m.hogenstijn@hva.nl of bellen op 06-10531652.

Alvast hartelijk bedankt!

Namens [school]

Namens de onderzoekers,

Toestemming ouders / verzorgers

1. Ik geef toestemming voor het meedoen van mijn kind aan een groepsgesprek over de Fawaka ondernemerslessen

Ja, ik geef toestemming

Nee, ik geef geen toestemming

2. Ik wil zelf meewerken aan een kort (telefonisch) interview over de Fawaka ondernemerslessen

Ja, ik wil meewerken. Mijn telefoonnummer is:.....

Nee, ik wil niet meewerken

Naam ouder / verzorger:.....

Voornaam kind:.....

Datum:.....

Handtekening

D. Vragenlijst T0 (papieren versie)

Fawaka vragenlijst

De komende weken ga je aan de slag met een programma over duurzaam ondernemen van Fawaka Ondernemersschool. We willen graag weten wat je van het programma leert en wat je ervan vindt. Daarom doen we een onderzoek. Je mag bij alle vragen je eigen mening geven. Er zijn geen goede of foute antwoorden. Alleen de onderzoekers zien je antwoorden. Daarmee geven ze tips aan Fawaka om het programma beter te maken. Daar kan jij dus aan meehelpen. Veel succes!

Mijn nickname is

.....

Ik zit in groep

Ik ben een...

- meisje
 - jongen
 - anders
 - wil ik niet zeggen
-

Ken jij iemand die een eigen bedrijf heeft?

- Ja
 - Nee
 - Weet ik niet
-

Heb je al eens eerder les gehad over een bedrijf beginnen?

- Ja
 - Nee
-

Nu krijg je een aantal stellingen. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Ik weet veel over hoe je een bedrijf kunt beginnen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet wat duurzaamheid betekent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan goed met geld omgaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet veel over waar spullen uit de winkel vandaan komen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om goed voor de natuur te zorgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om goed te zorgen voor de mensen om mij heen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om te weten waar mijn eten vandaan komt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om te weten wat er met mijn spullen gebeurt nadat ik ze weggooi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik denk dat bedrijven kunnen helpen bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De volgende stellingen gaan over jezelf. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Ik werk door, ook als het even tegenzit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb er vertrouwen in dat alles gaat lukken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet waar ik goed in ben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het fijn als ik een moeilijk probleem kan oplossen door er hard aan te werken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb vaak ideeën om problemen op te lossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan mijn ideeën goed presenteren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan goed met andere kinderen samenwerken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

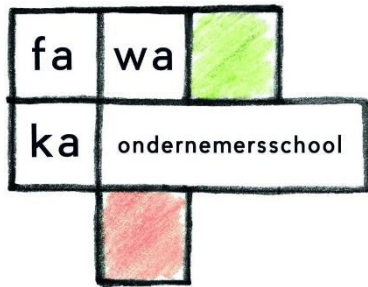
De volgende stellingen gaan over de toekomst. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Het lijkt me leuk om later een eigen bedrijf te hebben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Later als ik ga werken, wil ik zo veel mogelijk geld verdienen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Later als ik ga werken, wil ik helpen om problemen in de wereld op te lossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik wil later bij een bedrijf werken dat helpt bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik wil later zelf een bedrijf hebben dat helpt bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wil je nog iets vertellen over deze vragenlijst? Schrijf dat dan hier op.

Dankjewel voor het invullen!

E. Vragenlijst T1 (papieren versie)



Hogeschool van Amsterdam

Fawaka vragenlijst

De afgelopen weken heb je meegedaan aan een programma over duurzaam ondernemen van Fawaka Ondernemersschool. We willen graag weten wat je van het programma hebt geleerd en wat je ervan vindt. Je mag bij alle vragen je eigen mening geven. Er zijn geen goede of foute antwoorden. Alleen de onderzoekers zien je antwoorden. Daarmee geven ze tips aan Fawaka om het programma beter te maken. Daar kan jij dus aan meehelpen. Veel succes!

Mijn nickname is

.....

Ik zit in groep






Ik ben een...

- meisje
- jongen
- anders
- wil ik niet zeggen

Nu krijg je een aantal stellingen. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Ik weet veel over hoe je een bedrijf kunt beginnen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet wat duurzaamheid betekent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan goed met geld omgaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet veel over waar spullen uit de winkel vandaan komen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om goed voor de natuur te zorgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om goed te zorgen voor de mensen om mij heen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om te weten waar mijn eten vandaan komt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het belangrijk om te weten wat er met mijn spullen gebeurt nadat ik ze weggooi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik denk dat bedrijven kunnen helpen bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>






De volgende stellingen gaan over jezelf. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Ik werk door, ook als het even tegenzit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb er vertrouwen in dat alles gaat lukken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet waar ik goed in ben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het fijn als ik een moeilijk probleem kan oplossen door er hard aan te werken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb vaak ideeën om problemen op te lossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan mijn ideeën goed presenteren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan goed met andere kinderen samenwerken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De volgende vragen gaan over de toekomst. Geef aan of je het hier wel of niet mee eens bent

					
Het lijkt me leuk om later een eigen bedrijf te hebben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Later als ik ga werken, wil ik zo veel mogelijk geld verdienen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Later als ik ga werken, wil ik helpen om problemen in de wereld op te lossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik wil later bij een bedrijf werken dat helpt bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik wil later zelf een bedrijf hebben dat helpt bij het oplossen van grote problemen in de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De volgende vragen gaan over wat je van de ondernemerslessen van Fawaka vindt

					
Ik heb nieuwe dingen geleerd in de ondernemerslessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb plezier gehad tijdens de ondernemerslessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben trots op wat we bereikt hebben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet door de ondernemerslessen beter waar ik goed in ben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik geef de ondernemerslessen het rapportcijfer (tussen 1 en 10)

Heb je thuis over de ondernemerslessen verteld?

- Ja
 - Nee
-

Schrijf één ding op dat je van de ondernemerslessen hebt geleerd.

Wil je verder nog iets vertellen over de ondernemerslessen of over deze vragenlijst? Schrijf dat dan hier op.

Dankjewel voor het invullen!