

# WAAROM BEN JE LID?

*Onderzoek naar de motieven voor vakbondslidmaatschap  
onder HBO-studentleden van het CNV*



Mendel Aldershof

17 augustus 2020

## Waarom ben je lid?

Onderzoek naar de motieven voor vakbondslidmaatschap onder HBO-studentleden van het CNV

Auteur: Mendel Aldershof

Studentnummer: 330497

Emailadres: [me.j.aldershof@st.hanze.nl](mailto:me.j.aldershof@st.hanze.nl)

Opleiding: Toegepaste Psychologie (HBO-bachelor)

Hogeschool: Hanzehogeschool Groningen, Academie voor  
Sociale Studies

Afstudeerbegeleider: Inge Noback

Opdrachtgever: Rick Pellis  
Probeer de bond, CNV vakmensen.

Plaats: Tiberdreef 4, 3561 GG te Utrecht

Start onderzoek: 11 februari 2020

Einde onderzoek: 17 augustus 2020

Studiejaar: 2019-2020

Datum: 17 augustus 2020

## **Voorwoord**

Afgelopen half jaar heb ik met veel interesse en enthousiasme gewerkt aan dit afstudeeronderzoek voor mijn opleiding Toegepaste Psychologie aan de Hanzehogeschool. Dit onderzoek richt zich op de motieven die van invloed waren op de keuze van HBO-studentleden om lid te worden van het CNV. Deze scriptie is het resultaat van het verrichte onderzoek onderzoek.

Ik wil ten eerste mijn opdrachtgevers Rick Pellis en Jikkie Aalberts bedanken voor het bieden van de mogelijkheid om dit onderzoek voor het CNV te verrichten. Vanuit mijn trainers-activiteiten als vrijwilliger voor het CNV is de interesse in het CNV en de doelgroep studenten aangewakkerd en Rick en Jikkie gaven mij de mogelijkheid om mij hier verder in te verdiepen. Daarbij wil ik Rick in het bijzonder bedanken voor zijn begeleiding. Tijdens het afstudeerproces kon ik altijd bij hem terecht voor vragen of hulp. Ten tweede wil ik mijn begeleider vanuit de Hanzehogeschool Inge Noback bedanken. Haar eindeloze geduld en duidelijke feedback maakte dat ik altijd wist wat ik moest doen en waar ik aan toe was. Ik was niet makkelijkste student om te begeleiden, maar ik heb de samenwerking met beide begeleiders als prettig ervaren.

Verder wil ik mijn familie bedanken voor het eeuwige vertrouwen en woorden van steun en motivatie als ik die nodig had. In het bijzonder mijn vader, die mij in de laatste periode van mijn scriptie hielp door de omstandigheden te creëren die ik nodig had om dit af te maken. Daarnaast wil ik Nina bedanken voor haar hulp tijdens het afnemen van de focusgroepen en de mentale steun. Mijn grootste dank gaat uit naar Mirle; zonder haar vertrouwen, motivational speeches en bovenal vlijmscherpe feedback was dit alles niet mogelijk geweest. Dankjewel daarvoor.

Tot slot wil ik alle deelnemers van dit onderzoek bedanken voor hun tijd en input. Door hen heb ik veel waardevolle informatie gekregen over hun motivatie tot lidmaatschap.

Ik wens u veel leesplezier.

Mendel Aldershof

Groningen, 17-08-2020

## Samenvatting

Gemotiveerd vanuit de vergrijzing onder vakbondsleden, is het belangrijk voor het CNV om meer jonge leden te werven. Binnen het initiatief Probeer de bond worden MBO-studenten al goed vertegenwoordigd. Zij willen zich nu meer richten op de werving van HBO-studentleden. Om aanbevelingen te kunnen doen voor een passende aanpak, is kwalitatief onderzoek gedaan naar de motieven van huidige HBO-studentleden van het CNV, om de volgende onderzoeksvraag te beantwoorden: *“Welke aanpassingen kan het CNV maken in haar benadering van HBO-studenten, gebaseerd op de motieven die haar huidige HBO-studentleden heeft beïnvloed in hun keuze om lid te worden?”*. Op basis van een combinatie van de Theory of planned behaviour en het Stages of change model en door middel van focusgroepen onder HBO-studenten die al lid zijn van het CNV, kon er worden geconcludeerd dat de belangrijkste motieven in de instrumentele en sociale sfeer liggen. Over het algemeen weten HBO-studentleden weinig van de vakbond en is hun attitude neutraal, tenzij zij iemand kennen die lid is; dan is de attitude doorgaans positief en is er meer achtergrondkennis. De belangrijkste redenen voor lidmaatschap zijn instrumenteel en komen tot stand door het afwegen van voor- en nadelen. Door de voordelen van gratis sokken, stagevergoeding en hulp bij vragen en problemen en het uitblijven van kosten, in combinatie met de makkelijke inschrijving via een formulier, was de zelf-effectiviteit groot. Het CNV kan hierop inspelen door kennis en ervaringen te delen via social media, mond-tot-mond reclame te bevorderen om zo de attitude te verbeteren en de voordelen van de huidige aanpak in stand te houden.

## Abstract

Motivated by aging amongst union members, it is important for the CNV to recruit more young members. The initiative “Probeer de bond” (Try the union) already represents many MBO-students and currently wants to focus on the recruitment of HBO-students. To be able to make recommendations to the CNV with regard to their recruitment approach, this research qualitatively investigates the motivations of current HBO students regarding their membership of the union, by answering the following research question: *“Which adjustments can the CNV make regarding their recruitment approach towards HBO students, based on the motivations that have influenced current HBO student union members in their decision to become a member of the union?”*. Based on a combination of the Theory of planned behaviour and the Stages of change model and through organizing focus groups amongst HBO students that are currently members of the union, it was concluded that their most important motives are social and instrumental ones. In general, HBO student members knew little about the union and had a neutral attitude towards it. Nonetheless, when they knew a member or an employee of a union, they had more knowledge on the union and their attitude towards unions and union membership was usually positive. The most important reasons for membership, however, were instrumental and were obtained by weighing pros against cons. Cons were absent, as the membership is free. Pros like free socks, general internship compensation for HBO students and assistance in case of questions and problems, combined with the ease of registration, caused an overall high self-efficacy amongst the students. The CNV can apply this knowledge in their recruitment approach by sharing knowledge and experiences on social media, by making use of the advantages of a word of mouth-approach to improve students’ attitude towards unions and by keeping in place the pros of the current approach.

## Inhoudsopgave

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INLEIDING</b>                                                      | <b>8</b>  |
| 1.1 PROBLEEMBESCHRIJVING EN RELEVANTIE                                   | 8         |
| 1.2 ORGANISATIEBESCHRIJVING                                              | 11        |
| 1.3 AANLEIDING VAN HET ONDERZOEK                                         | 12        |
| 1.4 DOEL VAN HET ONDERZOEK EN VRAAGSTELLING                              | 13        |
| <b>2. THEORETISCH KADER</b>                                              | <b>14</b> |
| 2.1 THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR                                          | 14        |
| 2.1.1 <i>Attitude</i>                                                    | 15        |
| 2.1.2 <i>Subjectieve/sociale norm</i>                                    | 15        |
| 2.1.3 <i>Zelf-effectiviteit</i>                                          | 15        |
| 2.2 TRANSTHEORETISCH MODEL                                               | 16        |
| 2.2.1 <i>Stages of change</i>                                            | 16        |
| 2.3 CONCEPTUEEL MODEL                                                    | 18        |
| <b>3. METHODE</b>                                                        | <b>19</b> |
| 3.1 FOCUSGROEPEN                                                         | 19        |
| 3.2 ONDERZOEKSPOPULATIE EN ONDERZOEKSGROEP                               | 20        |
| 3.3 TOPICLIJST                                                           | 20        |
| 3.4 BETROUWBAARHEID EN VALIDITEIT                                        | 22        |
| <b>4. RESULTATEN</b>                                                     | <b>24</b> |
| 4.1 DEELVRAAG 1                                                          | 24        |
| 4.2 DEELVRAAG 2                                                          | 25        |
| 4.3 DEELVRAAG 3                                                          | 27        |
| 4.4 DEELVRAAG 4                                                          | 28        |
| 4.5 DEELVRAAG 5                                                          | 28        |
| <b>5. CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN</b>                                     | <b>30</b> |
| 5.1 BEANTWOORDING DEELVRAGEN                                             | 30        |
| 5.1.1 <i>Deelvraag 1</i>                                                 | 30        |
| 5.1.2 <i>Deelvraag 2</i>                                                 | 30        |
| 5.1.3 <i>Deelvraag 3</i>                                                 | 31        |
| 5.1.4 <i>Deelvraag 4</i>                                                 | 31        |
| 5.1.5 <i>Deelvraag 5</i>                                                 | 32        |
| 5.2 BEANTWOORDING HOOFDVRAAG                                             | 32        |
| 5.3 AANBEVELINGEN                                                        | 33        |
| 5.3.1 <i>Social media</i>                                                | 33        |
| 5.3.2 <i>Mond-tot-mond reclame en influencers</i>                        | 34        |
| 5.3.3 <i>Huidige benadering en diensten benadrukken</i>                  | 34        |
| <b>6. DISCUSSIE</b>                                                      | <b>36</b> |
| 6.1 WERVINGSPROBLEEM                                                     | 36        |
| 6.2 GEVOLGEN CORONACRISIS VOOR DATAVERZAMELING                           | 36        |
| 6.3 GENERALISEERBAARHEID RESULTATEN                                      | 36        |
| 6.4 ONDUIDELIJKHEID TIJDPERIODE                                          | 37        |
| 6.5 OPVALLENDE UITKOMSTEN                                                | 37        |
| <b>7. LITERATUURLIJST</b>                                                | <b>38</b> |
| <b>8. BIJLAGEN</b>                                                       | <b>42</b> |
| BIJLAGE 1 – WERVINGSMAIL + UITNODIGINGSMAIL FOCUSGROEPEN + BELONING MAIL | 42        |
| BIJLAGE 2 – GESPREKSFORMULIER EN TOPICLIJST                              | 44        |
| BIJLAGE 3 - FORMULIER “ZORGVULDIG OMGAAN MET PROEFPERSONEN”              | 47        |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| BIJLAGE 4 - CODEBOMEN                                        | 52 |
| <i>Codeboom deelvraag 1: Kennis over CNV en diensten</i>     | 52 |
| <i>Codeboom deelvraag 2: Motieven lidmaatschap CNV</i>       | 52 |
| <i>Codeboom deelvraag 3: Hoe ingeschreven</i>                | 53 |
| <i>Codeboom deelvraag 4: Mening over CNV en lidmaatschap</i> | 53 |
| <i>Codeboom deelvraag 5: Invloed sociale omgeving</i>        | 54 |

## 1. Inleiding

De Nederlandse samenleving is aan het vergrijzen (CPB, 2019). Door de stijgende levensverwachting en de afname van geboortes neemt het aandeel ouderen in de totale bevolking toe. In 2000 was 13% van de Nederlandse bevolking 65+, momenteel is dit opgelopen tot ruim 19% (CBS Statline, 2019). Uit onderzoek blijkt dat deze trend van vergrijzing in de maatschappij de komende jaren verder zal toenemen (CPB, 2019; RIVM, 2018). Organisaties die veel te maken hebben met de maatschappelijke vergrijzing zijn vakbonden (CBS, 2019a).

Vakbonden zijn verenigingen van werknemers die als taak hebben om de individuele en collectieve belangen van hun leden te behartigen op het gebied van werk en inkomen (CNV, 2020a). De vakbonden onderhandelen namens hun leden met werkgevers of werkgeversorganisaties over de collectieve arbeidsovereenkomst (CAO). Daarnaast bieden ze juridische hulp en advies aan hun leden en hebben ze op het gebied van sociale zekerheden – zoals de WW, AOW en inkomstenbelasting – expertise waar leden gebruik van kunnen maken. Een vakbond biedt dus verschillende diensten, maar komt in het algemeen op voor de verdediging van de geldende maatschappelijke waarden en normen ten aanzien van mens en arbeid (MKB, 2020).

### 1.1 Probleembeschrijving en relevantie

De afgelopen jaren zijn de ledenaantallen en daarmee de organisatiegraad van vakbonden (i.c. het aantal vakbondsleden in de werkende bevolking), fors gedaald (Huiskamp & Smulders, 2010; Van Dalen, 2018). In 2005 waren 1.9 miljoen mensen in Nederland lid van een vakbond met een organisatiegraad van 24%, tegenwoordig zijn dat er nog maar 1.6 miljoen met een organisatiegraad van 19% (CBS, 2012; 2018; Gielen & Floris, 2018). In de afgelopen 15 jaar is het aantal leden onder de 25 jaar ruim gehalveerd (54% daling). Dit is opvallend want het aantal leden van 65 jaar of ouder is juist gegroeid met ruim 30% (CBS Statline, 2019). Dit wijst er op dat de vakbond vergrijst.

De vakbonden lijken de aansluiting gemist te hebben met de jongere generaties (Gielen & Floris, 2019; Ter Steege, van Groenigen, Kuijpers & van Cruchten, 2012). Over het algemeen worden mensen lid van een vakbond om één van drie redenen: ideologische, sociale en instrumentele motieven (de Witte, 1988; Delespaul & Doerflinger, 2019). Bij *ideologische motieven* worden mensen lid omdat ze achter de ideologie van een vakbond in het algemeen staan, zoals actievoeren en collectieve vertegenwoordiging. *Sociale motieven* gaan over de sociale omgeving zoals familie, vrienden of collega's en de invloed daarvan op de keuze van het lid worden van een vakbond. *Instrumentele motieven* gaan om de diensten die een vakbond levert, zoals de bescherming op de werkplaats en juridisch advies (de Witte, 1988; Pulignano & Doerflinger, 2014).

De keuze van mensen om wel of niet lid te worden van een vakbond wordt vooral door sociale en instrumentele motieven bepaald (de Witte, 1988; Pulignano & Doerflinger, 2014). Onder Nederlandse leden bleek dat de beslissing om lid te worden bij vier op de vijf mensen mede gemotiveerd was door de invloed van een persoon uit de directe omgeving (Visser, 2002). De baten van een lidmaatschap moeten daarnaast groot genoeg zijn voor mensen om de kosten van een lidmaatschap te willen betalen, zo blijkt (Schnabel, 2002). Interesse in lidmaatschap wordt concreet voor jongeren als ze een probleem krijgen met hun werkgever (Liagre & Van Gyes, 2012). Ze noemen bescherming en het oplossen van problemen met de werkgever als de belangrijkste reden voor lidmaatschap (Delespaul & Doerflinger, 2019; Tailby & Pollert, 2011).

Een belangrijke reden dat jongeren geen lid meer worden van de vakbond is volgens Checchi en Visser (2005) de erosie van de norm; de gewoonte om lid te worden van de vakbond. Dit wordt bevestigd door onderzoek waaruit blijkt dat de nieuwste generatie op de arbeidsmarkt moeilijk te bereiken is voor vakbonden (Vandaele, 2012; Waddington & Kerr, 2002). Jongeren zijn vaak werkzaam in lastig te bereiken sectoren voor de vakbond zoals de dienstensector (Vandaele, 2012). Ze werken in kleinere ondernemingen waar minder mensen lid worden van een vakbond en werken via onzekere werkomstandigheden zoals tijdelijke of interim-contracten (Huiskamp & Smulders, 2010; Pulignano & Doerflinger, 2014; Doerflinger & Delispaul, 2019). Jongeren studeren langer – waardoor ze later aan een baan beginnen – en met een bijbaantje naast hun studie of een startersfunctie worden de kosten van een lidmaatschap vaak aangedragen om geen lid te worden (Huiskamp & Smulders, 2010; Delispaul & Doerflinger, 2019). Een andere veelgenoemde reden is dat vakbonden te weinig doen om jongeren te bereiken en hun belangen te verdedigen (Doerflinger & Delispaul 2019). De vakbonden zouden zelf te weinig doen om jongeren aan te spreken en te informeren over wat ze doen en daarmee te binden aan de organisatie (Vandaele, 2012). Een bewijs hiervan is dat Nederlandse jongeren als belangrijkste reden voor het niet lid zijn opgeven dat ze er nog nooit over nagedacht hebben (Huiskamp & Smulders, 2010). Dit zorgt voor het imago dat de vakbonden er zijn voor de ouderen en dat ze niet bezig zijn met het belang van de jongeren (Pulignano & Doerflinger, 2014). Jongeren hebben door dit imago ook het idee dat de vakbonden geen invloed (meer) hebben op hun arbeidsvoorwaarden en geven dit als reden om geen lid te worden (Huiskamp & Smulders, 2010).

Het effect van vergrijzing binnen de vakbond is duidelijk: de huidige leden worden relatief steeds ouder en er komen te weinig nieuwe jonge leden bij (CBS, 2012; 2019; CPB 2019; Delespaul & Doerflinger, 2019; Lowe & Rastin, 2000; Pulignano & Doerflinger, 2014). De vergrijzing veroorzaakt een disbalans tussen jong en oud in het algehele ledenbestand van de vakbonden (CBS statline, 2019; Delespaul & Doerflinger 2019;

Ter Steege et al., 2012). Een gevolg hiervan is dat het ledenbestand van de vakbond daalt, wat nadelig is voor een vakbond (CBS, 2019b). Het aantal leden is voor hen belangrijk, want het geeft geloofwaardigheid aan de vakbond als vertegenwoordiger van werknemersbelangen en zet kracht bij tijdens onderhandelingen met werkgeversorganisaties (Delespaul & Doerflinger, 2019; Gielen & Floris, 2018). Vakbonden verliezen dus een deel van hun onderhandelingskracht door vergrijzing. Bovendien hebben leden een belangrijke rol in de financiering van de vakbond. Minder leden betekent minder financiële mogelijkheden (Eurofound, 2010).

Vergrijzing heeft ook gevolgen voor de representativiteit van de vakbond (Delespaul & Doerflinger, 2019; Ter Steege et al., 2012). Een vakbond is afhankelijk van de onderwerpen die haar leden aankaarten voor de CAO-onderhandelingen (CNV, 2020b). Als een vakbond een groot en gebalanceerd ledenbestand heeft, zullen de standpunten die ze vanuit haar achterban naar de onderhandelingstafel brengt een goede representatie zijn van wat er leeft in de sector. Door de huidige disbalans tussen oudere en jongere leden zijn de onderwerpen die de leden naar voren brengen erg eenzijdig (Delespaul & Doerflinger, 2019; Ter Steege et al., 2012). De onderwerpen voor jongeren worden onderbelicht. Dit heeft als gevolg dat vakbonden tijdens CAO-onderhandelingen minder standpunten hebben voor jongeren en dus weinig kunnen doen voor studenten en starters op de arbeidsmarkt. CAO's worden daardoor steeds voordeliger voor ouderen maar voor jongeren juist nadeliger (Ter Steege et al., 2012). De vergrijzing veroorzaakt een vicieuze cirkel (zie figuur 1) waarbij jongeren geen lid worden van de vakbond omdat ze zich niet gerepresenteerd voelen door de vakbonden (Huiskamp & Smulders, 2010). De jongeren voelen zich niet gerepresenteerd door de vakbonden waardoor ze zich niet kunnen vinden in de standpunten van de vakbonden (Ter Steege et al., 2012). Die standpunten worden gemaakt door de leden van de vakbonden en die zijn door de vergrijzing niet representatief voor de jongeren (Delespaul & Doerflinger, 2019; Ter Steege et al., 2012). Het is dus van belang voor de huidige en toekomstige werking van de vakbond dat de vergrijzing binnen de organisatie wordt teruggedrongen en er meer jongeren lid worden van de vakbond.



## 1.2 Organisatiebeschrijving

Een van de vakbonden die te maken heeft met vergrijzing en de moeilijkheden die dit met zich meebrengt, is CNV vakmensen. CNV vakmensen is onderdeel van het CNV. Na het FNV is het CNV de grootste vakbond in Nederland met ruim 235 duizend leden (CBS, 2019b; CBS Statline, 2019). Het CNV (Christelijk Nationaal Vakverbond) is een vakverbond die “de Christelijke beginselen als grondslag neemt”. Deze grondbeginselen zie je bijvoorbeeld terug in de kernwaarden van het CNV; solidariteit, verantwoordelijkheid, rentmeesterschap, rechtvaardigheid en naastenliefde. Ook komt het tot uiting in haar werkwijze. Het CNV ziet werkgevers niet als tegenstanders, maar probeert te zoeken naar gemeenschappelijke waarden tussen de partijen om tot een rechtvaardige en eerlijke oplossing te komen (CNV, 2020a). Dit past ook bij de missie van het CNV om duurzame arbeidsrelaties te creëren die ten goede komen aan een rechtvaardige samenleving (CNV, 2020a).

In 2010 heeft het CNV het “Probeer de bond” (PDB) initiatief opgericht. Dit initiatief richt zich specifiek op het aantrekken van studenten om o.a. de vergrijzing van de vakbond tegen te gaan. Dit doet het CNV door middel van het benaderen van MBO-scholen met het aanbod om gratis trainingen en informatie te geven aan hun studenten omtrent werk en stage. Deze trainingen kunnen gaan over praktische zaken zoals weerbaarheid op de werkvloer of contractonderhandelingen met je werkgever maar het kunnen ook informatieve trainingen zijn over wat een cao inhoudt en waarom die belangrijk is. Daarnaast komen vakbondsconsulenten van PDB met informatiestanden in de kantine of op stage-/bedrijfsmarkten van MBO-scholen om de studenten te informeren over het nut van vakbonden en wat het CNV doet. Het CNV is op die manier al jaren bezig met het creëren en vergroten van bewustzijn en bekendheid van het CNV onder MBO-studenten. Er is een gratis studentenlidmaatschap (het Probeer de bond-lidmaatschap) in het leven geroepen voor MBO- studenten om kennis te maken met de vakbond. Daarnaast geeft dit lidmaatschap toegang tot diensten zoals een CV- of contractcheck en kortingen op bijvoorbeeld zorgverzekeringen, mobiele abonnementen en tanken. Middels dit initiatief en deze aanpak heeft het CNV ondertussen al meer dan 10.000 MBO-studentleden geworven.

### 1.3 Aanleiding van het onderzoek

Om het probleem van vergrijzing binnen de vakbond verder tegen te gaan, is het CNV in 2019 begonnen met het benaderen van een nieuwe doelgroep: HBO-studenten. Er is geprobeerd om contact te maken met HBO-studenten door middel van dezelfde aanpak als MBO-studenten. Al vrij snel bleek deze aanpak niet te werken voor de nieuwe doelgroep. Hogescholen stonden minder open voor een vakbond om hun studenten te benaderen dan MBO-scholen, waardoor het lastiger was om in contact te komen met HBO-studenten. Daarnaast was het contact met HBO-studenten vaak moeizaam en zonder resultaat (lees: aanmelding bij het CNV) omdat het CNV niet wist wat HBO-studenten bezighoudt en wat ze belangrijk vinden. Het CNV heeft toen een onderzoek opgezet om HBO-studenten te “vinden en binden”. Naast de contacten op hogescholen heeft het CNV door middel van het organiseren van informatieavonden en presentaties bij studie- en studentenverenigingen geprobeerd om contact te maken met HBO-studenten. Tijdens die contacten gaven ze niet alleen informatie maar nam het CNV ook enquêtes af bij de HBO-studenten om informatie te verzamelen over wat HBO-studenten vinden van de diensten van het CNV voor studenten. Op die manier probeerde het CNV een beter beeld te krijgen van wat HBO-studenten belangrijk vinden en hoe ze daarop kunnen inspelen. Ondanks dat er veel relevante informatie is verzameld over de mening van HBO-studenten over de aangeboden diensten, was een nadeel van dit onderzoek dat het een enquête betrof met een heel specifiek onderwerp (attitude over diensten die het CNV op dit moment levert aan studenten). De doelgroep HBO-studenten is relatief nieuw voor CNV en bij een verkennend onderzoek naar een nieuwe doelgroep is het belangrijk om zo min mogelijk voor ze in te vullen. Een enquête is daarom niet het ideale instrument (Verhoeven, 2014). De HBO-studenten hebben door de methode van het onderzoek niet de ruimte gekregen om hun eigen mening of ideeën te geven over wat voor hen belangrijk is bij de benadering en keuze om lid te worden van het CNV. Om deze reden heeft het CNV mij nu gevraagd om een onderzoek uitvoeren naar hoe ze haar huidige benadering kan aanpassen op de nieuwe doelgroep: HBO-studenten.

In dit onderzoek is er vanuit de huidige studentleden van het CNV gekeken naar wat er van invloed is geweest op hun keuze om lid te worden van het CNV. Het is van belang om de motieven van de huidige HBO-studentleden te onderzoeken, aangezien deze leden de keuze hebben gemaakt om lid te worden tijdens hun studie en dus het beste weten wat er van invloed is bij de keuze om lid te worden. Als deze vraag beantwoord wordt kan dat een bijdrage leveren aan het beter en effectiever benaderen van HBO-studenten door het CNV en daarmee aan het verminderen van de effecten van de vergrijzing binnen de vakbond.

## 1.4 Doel van het onderzoek en vraagstelling

Dit is een verkennend onderzoek met als doel om inzicht te krijgen in de motieven van HBO-studentleden om lid te worden van het CNV. Aan de hand van deze inzichten zal er een advies aan het CNV worden gegeven over haar benadering van HBO-studenten om lid te worden van de vakbond. De resultaten van dit onderzoek zullen het CNV helpen om meer jonge leden aan te trekken (HBO-studenten in het bijzonder), en zo de vergrijzing binnen de organisatie tegen te gaan

Om erachter te komen hoe PDB het beste HBO-studenten kan benaderen om lid te worden, is ervoor gekozen om onderzoek te doen onder HBO-studenten die al lid zijn van het CNV, door middel van het houden van focusgroepen. Door inzicht te krijgen in de motieven die van invloed waren op de HBO-studentleden om lid te worden van het CNV, is er getracht om de succesfactoren van de huidige benadering van HBO-studenten door het CNV te identificeren. Op basis van deze inzichten zijn er aanbevelingen gedaan aan het CNV over aanpassingen van de huidige benadering van HBO-studenten.

De hoofdvraag van dit onderzoek is dan ook:

*Welke aanpassingen kan het CNV maken in haar benadering van HBO-studenten, gebaseerd op de motieven die haar huidige HBO-studentleden heeft beïnvloed in hun keuze om lid te worden?*

Deelvragen zijn:

1. Wat wisten HBO-studentleden voor hun lidmaatschap van het CNV en haar diensten?
2. Waarom zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?
3. Hoe zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?
4. Wat vinden HBO-studentleden van het CNV en hun lidmaatschap?
5. Wat voor invloed heeft de sociale omgeving van HBO-studentleden op hun keuze tot lidmaatschap gehad?

In het volgende hoofdstuk wordt de theorie besproken die binnen dit onderzoek is gebruikt. In het hoofdstuk daarna zal de methode worden besproken. Hier wordt uitgelegd hoe het onderzoek tot stand is gekomen en is uitgevoerd. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. In hoofdstuk 5 is te lezen wat de conclusie is van dit onderzoek en wat de aanbevelingen zijn. Ten slotte zal in de discussie in hoofdstuk 6 kritisch worden teruggeblikt op de uitvoering van het onderzoek.

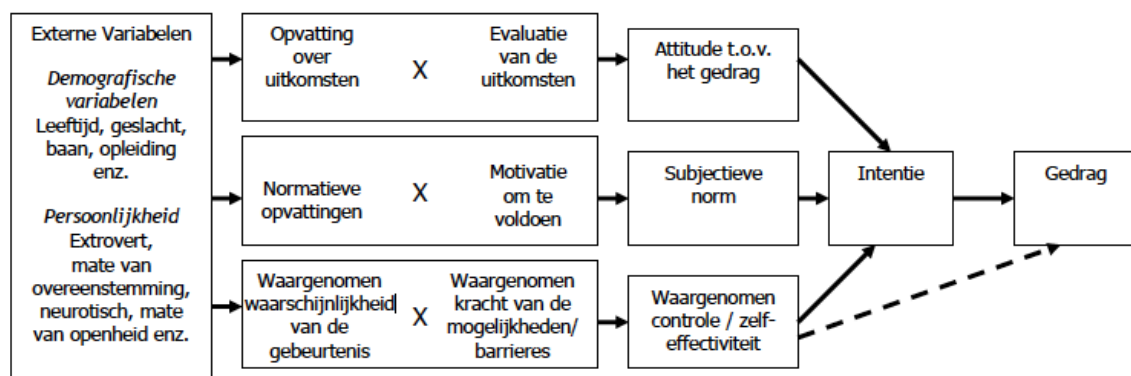
## 2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt er aan de hand van psychologische theorieën een conceptueel model uitgewerkt, welke in dit onderzoek is gebruikt om antwoord te geven op de hoofdvraag.

Gedrag van mensen wordt bepaald door zowel interne (persoonlijke) als externe (sociale) factoren. Interne factoren zijn bijvoorbeeld vaardigheden, attitudes en kennis. Externe factoren zijn de opvattingen en houding van anderen maar ook de omgeving (de situatie waarin iemand verkeert). Deze interne en externe factoren worden ook wel gedragsdeterminanten genoemd; zij determineren (zijn bepalend voor) het gedrag (Wiekens, 2015). Een neiging om bepaald gedrag te vertonen is een gedragsintentie (Alblas & Wijsman, 2013). De meest gebruikte psychologische theorieën van de afgelopen decennia hebben gemeen dat ze de intentie van gedrag als grootste voorspeller van daadwerkelijk gedrag zien (Glanz, Rimmer & Viswanath, 2008). Om een goed onderbouwd advies te geven aan het CNV is er daarom voor gekozen om onderzoek te doen naar de motieven van HBO-studenten die reeds lid zijn geworden van het CNV. Hun intentie tot gedrag is omgezet in het daadwerkelijke gedrag en daarom zijn de motieven die zij geven de meest betrouwbare voorspeller van het gedrag.

### 2.1 Theory of planned behaviour

De Theory of planned behaviour (Ajzen, 1985; 1991; 2001; 2002) is gebaseerd op de Theory of reasoned action (Fishbein & Ajzen, 1975) die ervan uitgaat dat de intentie van gedrag de beste voorspeller is van daadwerkelijk gedrag. Wat deze intentie is en hoe sterk de intentie is wordt bepaald door drie factoren (Wiekens, 2015), ook wel determinanten genoemd. De determinanten van de intentie in het originele model zijn de attitude ten opzichte van het gedrag/object (interne factoren) en de sociale norm (externe factoren) die wordt geassocieerd met het gedrag/object (Fishbein & Ajzen, 1975). De Theory of planned behaviour voegt hier als derde determinant de waargenomen controle of zelf-effectiviteit aan toe (Ajzen, 2002). De determinant waargenomen gedragscontrole heeft ook een directe invloed op het gedrag (naast de indirecte invloed die via de intentie loopt) (Wiekens, 2015).



Figuur 2: Theory of planned behaviour

De drie determinanten van de Theory of planned behaviour die van invloed zijn op de intentie van gedrag en op het daadwerkelijke gedrag zijn hierboven te zien in figuur 2 en worden hieronder verder uitgewerkt.

#### 2.1.1 Attitude

Een attitude is een (redelijk stabiele) houding die iemand heeft ten opzichte van andere (groepen) mensen, gedragingen objecten of ideeën (Alblas & Wijsman, 2013; Wiekens, 2015). Een attitude ontstaat uit twee overwegingen; de cognitieve overweging (het afwegen van de voor en nadelen van de uitkomst van het gedrag) en de affectieve overweging (het gevoel over het gedrag en de uitkomst ervan). Affectieve overtuigingen zijn vaak doorslaggevend dan cognitieve overwegingen (Alblas & Wijsman, 2013). Ajzen (1991; 2001) heeft attitude in de theory of planned behaviour gedefinieerd als “de mate waarin een persoon een gunstige of ongunstige evaluatie of waardering heeft over het betreffende gedrag”. Dit is een brede definitie die beide overwegingen omvat.

Onder attitude wordt in dit onderzoek verstaan (operationele definitie): De verzameling van opvattingen over het lid worden van een vakbond, het CNV zelf en het lid worden van het CNV specifiek.

#### 2.1.2 Subjectieve/sociale norm

Onder de sociale norm wordt verstaan wat iemand denkt dat de relevante, heersende normen zijn voor de situatie waarin hij of zij zich bevindt. Het refereert ook naar de subjectieve norm en druk die een persoon voelt om specifiek gedrag wel of niet uit te voeren. De subjectieve norm bestaat uit een injunctief en een descriptief onderdeel. Het injunctieve onderdeel beschrijft of iemands sociale omgeving het gedrag wenselijk vindt en wil dat hij/zij dit uitvoert en het descriptieve onderdeel beschrijft of iemands sociale omgeving het gedrag vertoont (Ajzen, 1991; 2002; Payne et al, 2002; Wiekens, 2015).

Onder de sociale norm wordt in dit onderzoek verstaan (operationele definitie): Of iemands sociale omgeving het gedrag wenselijk vindt om lid te zijn/worden van een vakbond (en specifiek het CNV) en of vrienden, familie en eventueel andere bekenden van de HBO-studentleden lid zijn en de mate waarin zij zich hier positief ofwel negatief over uitlaten.

#### 2.1.3 Zelf-effectiviteit

Met zelf-effectiviteit of waargenomen controle wordt de mate waarin iemand gelooft het gedrag (succesvol) te kunnen uitvoeren bedoeld. Iemand kan zich pas op een bepaalde manier gedragen als de hiervoor benodigde middelen en kansen er zijn. Daarom heeft de zelf-effectiviteit ook een directe invloed op het gedrag; als mensen de mogelijkheid niet hebben zal het gedrag nooit vertoond kunnen worden. Ajzen (1991; 2002) stelt daarbij dat het geloof van een persoon dat diegene het gedrag kan uitvoeren belangrijker is dan de werkelijke mogelijkheid tot het gedrag. Het gedrag wordt sterk beïnvloed door de overtuiging van hoe makkelijk of moeilijk het is om zulk gedrag uit te voeren. Hoe groter de gepercipieerde (waargenomen) gedragscontrole is, hoe groter de gedragsintentie wordt en hoe groter de kans dat dit

gedrag ook daadwerkelijk optreedt (Bandura, Adams, & Beyer, 1977; Bandura, Adams, Hardy, & Howells, 1980).

Onder zelf-effectiviteit wordt in dit onderzoek verstaan (operationele definitie): Hoe makkelijk of moeilijk het is voor HBO-studenten om lid te worden van het CNV en welke obstakels ofwel faciliterende elementen er zijn voor studenten om lid te worden.

## 2.2 Transtheoretisch model

De onderzoeksgroep (HBO studentleden van het CNV) is al lid van het CNV. Dit betekent dat zij waardevolle informatie kunnen geven over wat ervoor gezorgd heeft dat ze lid zijn geworden. Het transtheoretisch model van Prochaska (1984; Prochaska & Diclemente, 1983) beschrijft de verschillende fases van motivatie tot (gedrags-)verandering. In dit onderzoek zijn dat dus de verschillende fases van motivatie om lid te worden van het CNV. Volgens het model zijn er vijf verschillende “stages of change” (zie figuur 3), oftewel fasen waarin een persoon zich kan bevinden bij een gedragsverandering. Als het CNV weet wat HBO studenten bezighoudt en beïnvloedt in elke fase en hoe ze die fase doorlopen, kan ze daar in haar benadering rekening mee houden.

### 2.2.1 Stages of change

Het model begint met de *pre-contemplatiefase* waarin de persoon zich niet bewust is van een probleem (Prochaska, 1984). De student komt net op een stage of heeft een bijbaantje en heeft nog geen idee wat zijn of haar rechten zijn. Studenten merken bijvoorbeeld dat ze overwerken zonder betaald te krijgen of dat ze geen stagevergoeding krijgen terwijl hun klasgenoten dat wel krijgen maar ze weten nog niet dat dit tegen de regels is. Het kan ook zijn dat ze het gevoel hebben alleen te staan tegenover hun werkgever en graag inspraak willen hebben in wat ze belangrijk vinden in hun werk, maar dat ze niet weten van het bestaan van een vakbond of diens functie.

Vervolgens komt de *contemplatiefase*, waarin de persoon bewust wordt dat er een probleem is en overweegt om iets aan het probleem te gaan doen (Prochaska, 1984). Voor studenten kan dit probleem zich bijvoorbeeld voordoen bij hun stage of bijbaan. In deze fase kan het ook zijn dat een student geen bijbaan- of stage-probleem heeft, maar voor het eerst hoort van een vakbond en wat het doet. Vaak heeft iemand in deze fase ook duidelijk voor zich wat de voor- en nadelen van het veranderen van het gedrag zijn. Het afwegen van de voor- en nadelen wordt de “Decisional Balance” genoemd en staat voor de balans tussen de voor- en nadelen van het gedrag (Janis & Mann, 1977). Het komt het nog weleens voor dat mensen in deze fase blijven hangen. Ze wegen de voor- en nadelen dan te lang tegen elkaar af en komen niet in actie. Studenten zouden het bijvoorbeeld te veel moeite kunnen vinden om lid te worden van de

vakbond omdat ze het nut er niet van inzien of omdat ze geen problemen op gebied van werk of studie hebben. Ook is het mogelijk dat ze niets aan hun stage-problemen doen omdat deze maar tijdelijk is. Of ze zijn bang dat hun werkgever ze ontslaat als ze iets doen, omdat ze een tijdelijk 0-uren contract hebben, wat vaak het geval is met bijbaantjes.

Hierna komt de *preparatiefase*. In deze fase is het besluit genomen om actie te ondernemen en worden de eerste stappen richting de (gedrags-)verandering gemaakt (Prochaska, 1984). De student heeft besloten dat er iets gedaan moet worden aan de problemen op werk of stage en gaat op zoek naar wat er mogelijk is. Als er geen problemen worden ervaren, is dit de fase waarin studenten op zoek gaan naar informatie over specifieke vakbonden. Ze hebben een familielid die lid is van de vakbond en gaan daar informatie vragen. Ze besluiten naar een training of informatiestand van het CNV te gaan om kennis te maken met een vakbond. Eventueel bezoeken ze de website om te zien wat het inhoudt om lid te worden. Ze komen er in deze fase achter wat de vakbond voor ze kan betekenen en wat het inhoudt om lid te worden.

De vierde fase is de *actiefase*. In deze fase neemt de persoon actie en verandert die zijn gedrag. Dit betekent dat de student zich inschrijft bij het CNV. Studenten kunnen hier verschillende redenen voor hebben bijvoorbeeld; omdat ze de hulp van het CNV willen bij het oplossen van hun problemen op stage of met betrekking tot hun bijbaan, of omdat ze niet alleen willen staan als werknemer en ze achter het doel van de vakbond staan.

De laatste fase is de *consolidatiefase*. Dat is de fase waarin mensen hun gedrag al een tijdje hebben veranderd en dit in hun dagelijkse leven toepassen (Prochaska, 1984). Dit is de fase waarin de huidige onderzoeksgroep (HBO studentleden van het CNV) zich bevinden. Ze zijn al lid en hebben hier misschien ook al gebruik van gemaakt. Volgens Prochaska (1984) moeten alle fasen doorlopen worden om een duurzame gedragsverandering te bewerkstelligen en kunnen er geen fasen worden overgeslagen. Echter, als er niet genoeg motivatie is om door te gaan naar de volgende fase, kan een individu wel in één van de fasen blijven hangen.

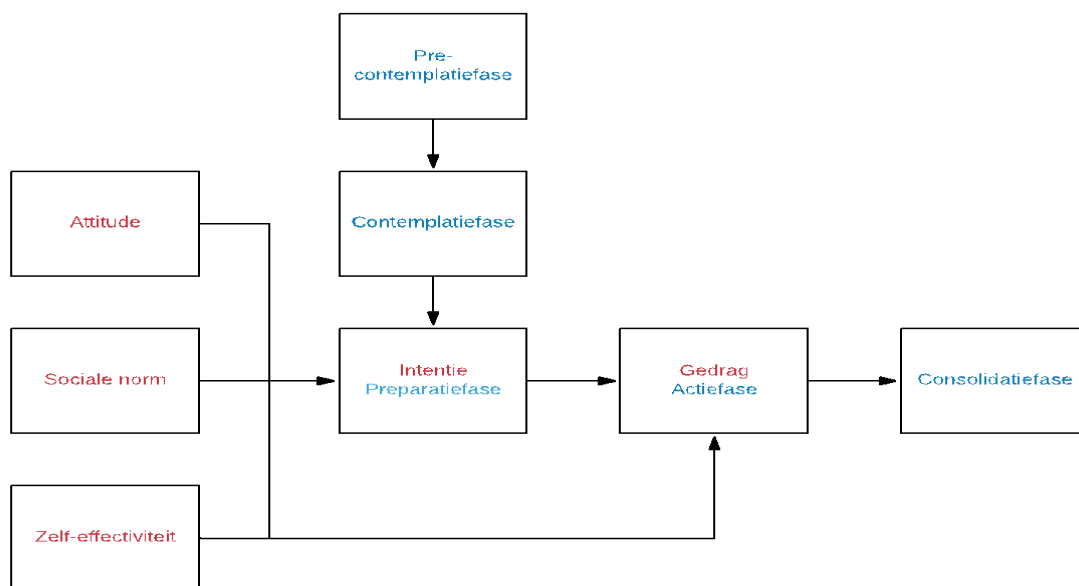


Figuur 3: Het Stages of change model

## 2.3 Conceptueel model

### combinatie Theory of planned behaviour en Stages of Change

In dit onderzoek wordt de Theory of planned behaviour samengevoegd met het Stages of change model om een zo compleet mogelijk beeld te kunnen schetsen van (de fasen van) het gedrag van HBO-studenten en de determinanten die hieraan ten grondslag liggen. De Theory of planned behaviour omvat alle determinanten die van invloed zijn op gedrag. Het grootste punt van kritiek op de Theory of planned behaviour is de afwezigheid van een gedetailleerde beschouwing van hoe mensen komen tot hun (veranderde) gedrag (Eagly & Chaiken, 1993). Het Stages of change model is toegevoegd om dat punt van kritiek op te heffen. Het Stages of change model brengt het verloop van gedragsverandering in kaart. Het voegt een beschrijving van de fasen voor de intentie en na het gedrag toe aan de Theory of planned behaviour. Door het toevoegen van het Stages of change model aan de Theory of planned behaviour wordt er inzicht verkregen in zowel de factoren die van invloed zijn op het lid worden van het CNV als hoe dat proces van lid worden van het CNV door HBO-studenten wordt doorlopen. Verder kan het gezien worden als een verbetering op alleen het Stages of change model omdat de Theory of planned behaviour meer voorspellende en verklarende kracht heeft. Het huidige conceptuele model blijft dus de fasen erkennen maar voegt inzicht toe in de manier waarop de intentie en daarmee het gedrag daadwerkelijk ontstaat. Door de Theory of planned behaviour en het Stages of change model te combineren ontstaat er een totaalbeeld van het verloop van gedragsverandering en de verschillende motieven die mensen daartoe brengt. In figuur 4 is te zien hoe de twee theorieën gecombineerd worden. Je ziet hoe de verschillende fasen van het Stages of change model passen in de Theory of planned behaviour en samen tot het uiteindelijke gedrag komen.



Figuur 4: Conceptueel model van Theory of planned behaviour (rood) en Stages of change model (blauw)

### **3. Methode**

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe dit onderzoek is uitgevoerd en wat daar de overwegingen bij zijn.

#### **3.1 Focusgroepen**

Het huidige onderzoek is een verkennend onderzoek omdat er bij het CNV nog weinig bekend is over de doelgroep (HBO-studentleden). Er is gekozen om de doelgroep te onderzoeken door middel van kwalitatief onderzoek in de vorm van focusgroepen, omdat dit een bewezen en bruikbare methode is bij verkennend onderzoek (Hennink, 2007). Focusgroepen kunnen in een kort tijdsbestek een grote hoeveelheid data over een onderwerp genereren (Fern, 1982). Gezien het feit dat het onderzoek binnen een relatief korte tijd (vijf maanden) moest worden uitgevoerd, zijn focusgroepen de beste methode voor dit onderzoek.

Een focusgroep is een groepsinterview of -discussie over een specifiek onderwerp, in dit geval over hoe HBO-studentleden lid zijn geworden van het CNV en hierover denken (Boeije, 2016; Kitzinger, 1994). In de focusgroepen interviewt de moderator de participanten en discussiëren de deelnemers onder diens leiding (Gibson, 2007). Binnen een focusgroep wordt gebruik gemaakt van de sociale interactie tussen de deelnemers (Kitzinger, 1994). Het doel van een focusgroep is om door middel van een interactieve discussie inzicht te krijgen in de verschillende perspectieven rondom een centraal onderwerp (Hennink, 2014).

Gezien de quarantainemaatregelen in verband met COVID-19 was het niet mogelijk om fysieke bijeenkomsten te organiseren. Hierom zijn alle focusgroepen online gehouden door middel van videobellen via Microsoft Teams. Online focusgroepen hebben als voordeel dat mensen niet meer hoeven te reizen en ze daardoor wellicht sneller zullen meedoen met een onderzoek. Door de maatregelen hadden mensen meer tijd omdat veel werk en sociale afspraken niet meer doorgingen. Het nadeel is dat het lastiger is voor deelnemers om op elkaar te reageren tijdens een online focusgroep omdat internet een kleine vertraging geeft. Een ander negatief effect kan bijvoorbeeld zijn dat deelnemers hun concentratie sneller verliezen omdat hun eigen omgeving voor afleiding kan zorgen (Deakin & Wakefield, 2013).

Normaliter wordt aangeraden om vijf tot tien personen per focusgroep te bevragen (Boeije, 2016). Gezien de online context is er naar gestreefd om groepen te maken van maximaal drie personen. Dit omdat het door de vertraging, die inherent is aan videobellen, lastiger is om met meerdere mensen tegelijkertijd een goede interactie tot stand te brengen.

### **3.2 Onderzoekspopulatie en onderzoeksgroep**

Om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van wat HBO-studenten beweegt om lid te worden, is ervoor gekozen om onderzoek te doen onder HBO-studentleden van het CNV. HBO-studentleden hebben hun intentie om lid te worden daadwerkelijk omgezet in gedrag (lid worden). De motieven die daarbij van invloed waren hebben daarom voorspellende waarde en kunnen daarom gebruikt worden om het CNV te adviseren over haar benadering van HBO-studenten (Aronson, Wilson & Akert, 2014).

Het CNV heeft 156 HBO-studentleden verspreid over Nederland. Alle HBO-studentleden zijn in eerste instantie via een wervingsmail (zie bijlage 1) uitgenodigd om deel te nemen aan een focusgroep. Van de 156 HBO-studentleden hebben twee HBO-studentleden gereageerd op de uitnodigingsmail. Eén lid gaf aan geïnteresseerd te zijn en één lid gaf aan niet benaderd te willen worden. Alle andere HBO-studentleden zijn vervolgens persoonlijk gebeld met de vraag of ze de uitnodiging hadden ontvangen en of ze eventueel geïnteresseerd waren in deelname aan het onderzoek. Om de deelnemers te motiveren om deel te nemen aan het onderzoek is er een beloning voor deelname ingezet. Elke deelnemer kreeg een reep chocola en maakte kans op een bol.com bon van €20,- die aan het einde van het onderzoek werd verloot onder de 15 deelnemers (zie bijlage 1). Als er minimaal twee mensen op één moment beschikbaar waren, ging de focusgroep door. Op deze wijze zijn er zeven focusgroepen georganiseerd over een periode van vier weken. Uiteindelijk waren er 15 deelnemers, verdeeld over zes focusgroepen met twee deelnemers en één focusgroep met drie deelnemers.

### **3.3 Topiclijst**

Als instrument is er bij focusgroepen gebruik gemaakt van een topiclijst, net als bij individuele interviews. Een topiclijst voor een focusgroep hoeft niet zo uitgebreid te zijn als bij een individueel interview, omdat er vanwege het aantal deelnemers minder topics aan de orde komen (Boeije, 2016). De vragen tijdens de focusgroepen draaiden om de motieven achter het lid worden en zijn van de HBO-studentleden. Door de drie elementen van de Theory of planned behaviour te combineren met de Stages of change van het transtheoretisch model, is er een zo volledig mogelijk inzicht verkregen in de motieven van HBO-studentleden voor hun lidmaatschap.

Om tot de topiclijst te komen, zijn de verschillende elementen uit de theorie omgezet in vragen, aan de hand van de 'Structure of discussion guide' (Hennink, 2014). Hierbij werd gebruik gemaakt van het 'Hourglass design', welke een leidraad biedt over de opbouw van een focusgroep (Hennink, 2014). Over de Theory of planned behaviour zijn zowel een algemene vragen gesteld als vragen die gespecificeerd zijn op één van de drie deelonderwerpen: attitude, sociale norm en zelf-effectiviteit. Per onderwerp zijn er

daarnaast verdiepvragen geformuleerd (zie bijlage 2). Een voorbeeld van een algemene vraag op basis van de Theory of planned behaviour, die betrekking heeft op de intentie van gedrag, is als volgt:

*“Wat heeft ervoor gezorgd dat jullie lid werden van de vakbond en het CNV in het bijzonder?”*

Een voorbeeld van een vraag over de attitude, welke ingaat op de houding van de HBO-studentleden ten opzichte van het gedrag (lid worden), is als volgt:

*“Hoe keken jullie voor je lidmaatschap tegen CNV aan en hoe is dat nu jullie lid zijn?”*

Een voorbeeld van een vraag over de sociale norm, die verwijst naar de geldende norm en houding van de omgeving ten opzichte van het gedrag (lid worden), is:

*“Hoe kijken de mensen om jullie heen (vrienden, familie, medestudenten, collega's) tegen het CNV aan?”*

Een voorbeeld van een vraag over zelf-effectiviteit, wat iets zegt over het vertrouwen in het zelf om het gedrag (lid worden) te kunnen vertonen, is:

*“Hoe zijn jullie precies lid geworden van het CNV? (zo specifiek mogelijk)?”*

Met betrekking tot het Stages of change model zijn er voornamelijk kennisvragen gesteld, aangezien deze centraal staan bij de stappen tussen de fasen in dit model. Een voorbeeldvraag die is gebaseerd op het Stages of change model is:

*“Wat wisten jullie al van de vakbond voor dat je lid werd en hoe wisten jullie dit?”*

Voor de volledigheid zijn de introductie en de afsluiting van een focusgroep uitgeschreven bij de topiclijst (zie bijlage 2). In introductie worden praktische zaken genoemd zoals; de duur, het doel en wat een focusgroep precies inhoudt. Daarnaast werd er zowel in de inleiding als bij de afsluiting aangegeven hoe er met de gegevens van de deelnemers is omgegaan. Op die manier is getracht de deelnemers zo goed mogelijk te informeren. Voor een compleet overzicht van de gestelde vragen en het gebruikte gespreksformulier, kan bijlage 2 worden geraadpleegd.

### **3.4 Betrouwbaarheid en validiteit**

Om de betrouwbaarheid en validiteit in het onderzoek te vergroten, zijn er binnen dit onderzoek verschillende maatregelen genomen.

#### **3.4.1 Benadering deelnemers**

Door alle HBO-studenten die lid zijn van het CNV te benaderen is de externe validiteit, wat een correcte afspiegeling van de onderzoekspopulatie betreft, vergroot (Verhoeven, 2014). Daarnaast is er toestemming gevraagd om de bijeenkomsten op te nemen, waarbij werd benadrukt dat de gegevens volledig geanonimiseerd zouden worden om het gevoel van veiligheid bij de deelnemers te waarborgen. Deze opnames zijn alleen gedeeld met de opdrachtgever en de begeleider vanuit de opleiding als deze hierom vragen en worden na het afronden van het onderzoek vernietigd (zie het formulier 'zorgvuldig omgaan met proefpersonen in bijlage 3 voor verdere uitleg). De interne validiteit, wat te maken heeft met het trekken van de juiste conclusies, is daarmee vergroot (Verhoeven, 2014).

#### **3.4.2 Topiclijst**

Door het opstellen van een topiclijst op basis van theorie en het operationaliseren van de belangrijkste begrippen op basis van die theorie, kon er tijdens de focusgroepen in algemeen taalgebruik zonder toelichting de deelnemers gevraagd worden naar hun ervaringen. Hierdoor is de begripsvaliditeit (ofwel constructvaliditeit), wat gaat over of de onderzoeker 'meet wat hij of zij wil meten', vergroot (Verhoeven, 2014). Door daarnaast de verschillende aspecten van de theorie los van elkaar te bevragen tijdens de focusgroepen, wordt de begripsvaliditeit vergroot (Verhoeven, 2014), omdat aspecten op deze wijze niet door elkaar worden gehaald.

#### **3.4.3 Proef focusgroep en voorleggen opdrachtgever**

Om de betrouwbaarheid (de aanwezigheid van toevallige fouten binnen een onderzoek en daarmee de herhaalbaarheid) en de interne validiteit te vergroten, is er binnen dit onderzoek een proef focusgroep georganiseerd met drie HBO-studenten. Door de topiclijst te testen op eventuele onduidelijkheden, hoefde deze tijdens het onderzoek niet meer worden veranderd. Dit vermindert de kans op toevallige fouten en vergroot de betrouwbaarheid van het onderzoek. Daarnaast is de topiclijst voor het houden van de focusgroepen voorgelegd aan de opdrachtgever, om deze te controleren op duidelijkheid en eventuele fouten.

### 3.5 Analysemethoden

Allereerst is de inhoud van de focusgroepen letterlijk getranscribeerd met timestamps om de gegevens zo volledig mogelijk weer te geven. Bij het transcriberen is er gebruik gemaakt van het programma Amberscript. Dit programma is speciaal ontwikkeld voor het transcriberen van opgenomen teksten. De analyse van de focusgroepen is uitgevoerd door middel van het analyseprogramma Atlas.ti. Binnen Atlas.ti kunnen er 'codes' en 'code-families' aan de getranscribeerde tekst worden toegekend. 'Codes' zijn markeringen waarmee bepaalde genoemde onderwerpen kunnen worden onderscheiden. 'Code-families' zijn groepen codes die iets met elkaar te maken hebben (Boeije, 2016). Het coderen is gebeurd in drie fasen; open codering, axiale codering en selectieve codering (Boeije, 2016). Tijdens het open coderen kregen alle eventueel relevante fragmenten een of meerdere codes. Deze fragmenten konden één zin zijn maar ook een hele paragraaf. De codes waren zo specifiek mogelijk, om het fragment zo goed mogelijk te duiden. Een code over kennis van de vakbond was bijvoorbeeld: "De vakbond vecht voor een groep werknemers". Vervolgens werd bij het axiaal coderen de hoeveelheid codes gereduceerd en verdeeld in codegroepen (code-families). Dit werd gedaan door te kijken naar de samenhang tussen codes en door codes samen te voegen, te splitsen of te verwijderen. Voorbeelden van samengevoegde codes zijn: "De vakbond vecht voor een groep werknemers" en "De vakbond komt op voor de belangen van werkende". Samen vormden zij de code: "De vakbond komt op voor rechten van werknemers". Deze code werd ondergebracht in de code-familie "Kennis over CNV en diensten". Ten slotte is er selectief gecodeerd. Aan de hand van de theorie en de hoofd- en deelvragen werd vastgesteld wat de meest relevante code-families waren en waarom. Elke code familie kreeg hoofd- en subcodes gebaseerd op hun onderlinge relaties om een overzicht te creëren. Deze codebomen zijn per deelvraag gepresenteerd in bijlage 4. Deze categorieën zijn vervolgens geïnterpreteerd om de onderzoeksvragen te beantwoorden (Boeije, 2016).

## 4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de zeven focusgroepen beschreven per deelvraag. Een hoofdcode is dikgedrukt in de tekst en een subcode onderstreept.

### 4.1 Deelvraag 1

#### ***‘Wat wisten HBO-studentleden voor hun lidmaatschap van het CNV en haar diensten?’***

Uit het onderzoek blijkt dat er grote verschillen in kennis over het CNV en haar diensten waren bij HBO-studentleden voordat ze lid werden. De hoofdcodes worden hierna uitgewerkt met behulp van eventuele subcodes.

#### **4.1.1 Onbekend met CNV**

##### Onbekend met vakbonden en diensten

HBO-studentleden bleken vóór hun lidmaatschap vrijwel onbekend te zijn met het CNV en haar diensten. Uit de gesprekken werd duidelijk dat niet alleen het CNV onbekend was, maar dat HBO-studenten over het algemeen niet bekend zijn met vakbonden. Een HBO-studentlid die nog nooit gehoord had van het CNV of een vakbond voordat hij lid werd, zei daarover: *“Ik wist niks, moet ik eerlijk zeggen, helemaal niks. Ik had er nog nooit van gehoord.”* HBO-studentleden die onbekend waren met het CNV en de vakbonden wisten logischerwijs ook niets over de diensten die ze leveren.

##### Bekend met vakbonden en diensten

De HBO-studentleden die wel wisten wat een vakbond is, maar het CNV niet kenden, konden wel in eigen woorden benoemen wat een vakbond is en doet. Het opkomen voor rechten van werknemers en juridische hulp bieden werden daarbij genoemd. Een HBO-studentlid vatte het samen als: *“Een soort van representative van een bepaalde groep mensen, zeg maar. Werk je in de bouw, dan zit je bij zo'n vakbond en dan komt de vakbond vaak voor jou op. Voor hoger loon of betere rechten of wat dan ook. En dat is voor de zorg hetzelfde en voor de leraren hetzelfde. Dat is een beetje wat voor beeld ik erbij had en wat ik er een beetje van weet.”* Alle HBO-studentleden die bekend waren met vakbonden, bleken in hun werk of stage al eerder te maken te hebben gehad met vakbonden of hadden een bekende die lid is van een vakbond.

#### **4.1.2 Bekend met CNV en diensten**

De HBO-studentleden die het CNV al kenden, wisten dat het een grote vakbond was, maar verschilden in hun opvattingen over het doel van het CNV. Zo beschreven HBO-studentleden het CNV als een vakbond die speciaal opkomt voor de rechten van studenten en beginnend professionals, terwijl anderen juist niet wisten dat er een studentenafdeling van de vakbond bestond. Sommigen wisten dat het CNV protesten

regelt en trainingen geeft aan studenten, maar wat het CNV anders maakt dan andere vakbonden wisten de studenten niet, zoals dit HBO-studentlid uitlegt: *“Maar ja, de speerpunten. Geen idee. Ik zou niet weten wat het CNV bijzonderder maakt dan een andere vakbond of wat onderscheidend is van het CNV; daar heb ik geen idee van.”* De HBO-studentleden die al bekend waren met het CNV kenden iemand die lid was of die werkte voor het CNV.

## 4.2 Deelvraag 2

### ***‘Waarom zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?’***

Uit de focusgroepen bleek dat er verschillende motieven zijn waarom HBO-studentleden lid zijn geworden van het CNV.

#### 4.2.1 Motieven Lidmaatschap CNV

##### Gratis sokken

Het CNV gaf als actie gratis sokken met het logo en de kleuren van het CNV weg aan elke HBO-student die lid werd. Dit bleek een succesvolle actie te zijn, want tijdens de focusgroepen werd dit vaak als directe motivatie genoemd om lid te worden. Zo zei een HBO-studentlid: *“Ten eerste was het eigenlijk omdat ze allemaal sokken hadden zeg maar, op tafel. Dat trok mijn aandacht zeg maar, zo van wat moet ik doen om die sokken te bemachtigen.”* De actie was een manier om de aandacht van de studenten te trekken en dat is gelukt. Sommige HBO-studentleden gaven zelfs aan dat het de enige reden was voor hun lidmaatschap: *“Ik had niet echt een specifieke reden. Het was meer dat ik het CNV tegenkwam op een bedrijfsmarkt. En toen gaven ze inderdaad sokken weg, dus, dat was mijn motivatie daarachter.”*

##### HBO-stagevergoeding

Het initiatief Probeer de bond heeft als speerpunt om stagevergoeding voor HBO-studenten verplicht te maken voor stagebedrijven. Tijdens de benadering van studenten heeft het CNV HBO-studenten gevraagd om dit standpunt te steunen door lid te worden. Tijdens de focusgroepen noemden HBO-studentleden dit als hun grootste inhoudelijke reden voor lidmaatschap. Sommige studenten werden lid uit frustratie omdat ze geen stagevergoeding hadden gekregen en dat onterecht vonden: *“Ik heb misschien in mijn hele HBO-carrière één keer stagevergoeding gehad, terwijl om mij heen iedereen dat eigenlijk wel had. Ik weet wel hoeveel werk ik in bepaalde dingen heb gestoken dat ik denk, het is jammer dat dat bij mij dan niet gebeurd is.”* Terwijl andere studenten juist lid werden voor hun toekomstige stages: *“Ze hadden mij ook een beetje binnen getakeld met het hele verhaal rond stagevergoeding. Nu mag ik pas in mijn derde jaar stage gaan lopen, dus dat duurt nog wel twee jaar. Maar als dat dan eenmaal wel dichterbij komt, dan denk ik dat het wel aardig verstandig is om ook bij het CNV aan te kloppen van “Hé, hoe zit het onderhand?””*

### Toekomstgericht

De HBO-studentleden werden vaak ook lid met het oog op de toekomst. Ze zien het CNV vooral als een organisatie die ze kan helpen in de toekomst als ze vragen of problemen hebben. Ze vinden het fijn dat als ze vragen hebben over hun bijbaantje of stage, dat ze daarmee terecht kunnen bij het CNV. Een HBO-studentlid beschreef dat als volgt: *“Ja, ik vind het wel fijn, zeg maar, dat ik weet dat ik daar dan mijn vragen kan stellen.”*. Het lidmaatschap geeft studenten een gevoel van veiligheid tegenover werkgevers bij eventuele toekomstige arbeidsconflicten. Een HBO-studentlid gaf de volgende motivatie: *“Ja, de voordelen zijn gewoon dat je die hulp hebt wanneer het nodig is. Weet je, die veiligheid. Want ik weet niet hoe het met [naam deelnemer] zit, maar het lijkt mij zelf echt wel moeilijk. Stel, je hebt veel conflicten op werk, om dat een beetje normaal uit te werken is echt lastig, want het machtsverschil is wel echt heel groot. Zeker tussen zo'n baas en jezelf. Ik denk dat het dan echt heel fijn is om te hebben.”*.

### Baat het niet, dan schaadt het niet

De uitspraak *“Voor mij kan het geen kwaad. Kan alleen maar wat opleveren.”* is een typerende uitspraak voor de motivatie van veel HBO-studentleden om lid te worden. HBO-studentleden zien veel voordelen en (bijna) geen nadelen van het lidmaatschap en worden daarom lid. Ze zien het lidmaatschap als een extraatje wat hen op dit moment niets kost en later eventueel iets oplevert. Het feit dat hun lidmaatschap gratis is blijkt daarbij van grote invloed te zijn. Zo zei een HBO-studentlid: *“Nu ja, het kost nog niks, dus wat baat niet schaadt niet! Dat is de reden dat ik heb gezegd van ja weet je, ik kom er wel gewoon bij en ik zie wel wat dat inhoudt.”*. Hoe belangrijk het is dat het lidmaatschap gratis is, blijkt wel uit het feit dat geen enkel HBO-studentlid wist of hij/zij lid zou zijn geworden als ervoor betaald zouden moeten worden. Daarbij gaven ze aan dat als het nuttig bleek te zijn, ze wel zouden overwegen om voor hun lidmaatschap te gaan betalen. Een HBO-studentlid vertelde het volgende over het betalen voor het CNV-lidmaatschap als het voor hem niets oplevert: *“Dat is net als betalen voor een sportschool, waar je nooit heen gaat. Ja, dat vind je eigenlijk gewoon super zonde dus dat zou ik niet zo snel doen.”*.

### 4.3 Deelvraag 3

#### ***‘Hoe zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?’***

Er zijn twee verschillende manieren waarop het CNV de HBO-studentleden heeft benaderd om lid te worden; via het geven van presentaties of via een informatiestand.

##### **4.3.1 Presentatie**

Vakbondsconsulenten van Probeer de bond gaven presentaties op hogescholen en bij studentenverenigingen. Tijdens die presentaties vertelden ze over het CNV, het initiatief Probeer de bond en haar speerpunt ‘Stagevergoeding voor HBO’. Op hogescholen kwamen de vakbondsconsulenten tijdens de les in de klas. HBO-studentleden kregen tijdens de presentatie een inschrijfformulier en aan het einde van de presentatie leverden ze deze ingevuld in. Zo werden de HBO-studentleden lid. Een HBO-studentlid zei daarover: *“Bij ons kwamen er twee mensen in de klas en die gingen eigenlijk gewoon een beetje uitleggen van; ja, dit is het ja, je kan hier gewoon inschrijven. En ik dacht van; nou oké, ja net zo makkelijk om in te schrijven.”*. Op studentenverenigingen was de presentatie en manier van inschrijven hetzelfde. Na de presentaties gingen de vakbondsconsulenten in gesprek met de studenten. Deze gesprekken na de presentatie werden als prettig ervaren door de HBO-studentleden, omdat ze het fijn vonden dat er interesse in hen werd getoond. Zo beschreef een HBO-studentlid: *“Dat vind ik wel tof, het ging vooral om het gesprek over die stagevergoeding en vooral om dan die interesse die er ook was in studenten.”*.

##### **4.3.2 Informatiestand**

Vakbondsconsulenten van Probeer de bond stonden met een informatiestand op verschillende hogescholen in kantines en op bedrijvenmarkten. Studenten konden informatie vragen en zich meteen inschrijven via een inschrijfformulier. Tijdens de pauzes werden de HBO-studentleden actief benaderd door de vakbondsconsulenten. De vakbondsconsulenten gaven dezelfde informatie als tijdens de presentaties, maar hadden gratis sokken op de tafel liggen en een informatief filmpje die ze aan de HBO-studentleden lieten zien. HBO-studentleden gaven aan dat de sokken en het filmpje ze naar de informatiestand toe trokken. Het filmpje was volgens de HBO-studentleden waardevol omdat het informatie gaf over het lidmaatschap en het CNV, zo zei een HBO-studentlid erover: *“Maar gewoon met het filmpje van; hé dit zijn wij, dit zijn onze punten, het is gratis en schrijf je in want we zijn benieuwd. En ja, dat was wel aantrekkelijk dat je dacht; nou ja, oké ja, dit heeft wel waarde voor mij.”*. HBO-studentleden vonden het vooral heel makkelijk om lid te worden van het CNV. Dit kwam volgens de HBO-studentleden omdat ze zich via het inschrijfformulier direct konden inschrijven. Ze hoefden het alleen maar in te vullen en in te leveren.

#### 4.4 Deelvraag 4

##### ***‘Wat vinden HBO-studentleden van het CNV en het vakbondslidmaatschap?’***

Tijdens de focusgroepen is er ingegaan op wat HBO-studentleden vinden van het CNV en vakbondslidmaatschap.

##### **4.4.1 Geen mening**

HBO-studentleden vonden het moeilijk om een mening over het CNV en het lidmaatschap te hebben. Ze gaven aan dat het CNV “een organisatie op de achtergrond” is waarvan ze niet wisten dat het bestond voordat ze lid werden. Een HBO-studentlid zei: *“Ja, ik kende het eigenlijk dus helemaal niet, dus ik had eigenlijk helemaal geen mening.”* Een ander HBO-studentlid beschreef vakbonden als “stoffige organisaties” voor ouderen en mensen die klagen. Maar de ideologie achter vakbonden vonden de HBO-studentleden wel mooi. Zo beschreef een HBO-studentlid: *“Ik vond het idee wel mooi, dat je samen strijd voor verandering.”*

#### 4.5 Deelvraag 5

##### ***‘Wat voor invloed heeft de sociale omgeving van HBO-studentleden gehad op hun keuze tot lidmaatschap?’***

Tijdens de focusgroepen is er ingegaan op wat voor invloed de sociale omgeving heeft gehad bij de keuze tot lidmaatschap. Er bleek een duidelijk verschil te zijn tussen HBO-studentleden die niemand kenden die lid was en HBO-studentleden waarvan een bekende lid was van de vakbond.

##### **4.5.1 Geen bekende lid van de vakbond**

Uit het onderzoek bleek dat vakbonden of het vakbondslidmaatschap geen rol speelt in het (sociale) leven van HBO-studentleden. Het overgrote deel van de HBO-studentleden kende niemand die lid is (geweest) van een vakbond en hadden zelfs nog nooit van de vakbond gehoord. Een HBO-studentlid was daar zo stellig in dat hij zei: *“Bij mij weet niemand er iets van. Oprecht niet. Als ik het tegen mijn vriendin zeg, dan kijkt die me aan en zegt: “Wat is dat?” Dat weet ik zeker!”*. Het blijkt dat wanneer HBO-studentleden geen vakbondslid in hun sociale omgeving hebben, ze van het bestaan niet afweten. Daarbij geven ze aan dat als er wel iemand in hun sociale omgeving lid zou zijn, ze het waarschijnlijk niet zouden weten. De vakbond en het vakbondslidmaatschap is namelijk geen onderwerp van gesprek. Een HBO-vakbondslid zei daarover: *“Ik heb het er nooit met iemand over gehad, dus ze weten niet dat ik er lid van ben en ik weet ook niet of anderen er lid van zijn.”* Een ander HBO-vakbondslid had daar een verklaring voor: *“Ik heb het er ook niet met iemand over gehad, maar ik denk niet dat het ook echt sexy is ofzo om het daarover te hebben!”*.

#### 4.5.2 Bekende bij CNV of vakbond

De HBO-studentleden die wel iemand kenden bij het CNV of de vakbond, hadden beduidend meer kennis over vakbonden. Via hun collega's of familieleden die lid waren, docenten die erover hadden uitgelegd of vrienden die er werkten waren de HBO-studentleden bekend geraakt met vakbonden en wat ze kan betekenen voor haar leden. Zo beschreef een HBO-studentlid: *"Ja, dit (het vakbondslidmaatschap) heeft wel waarde voor mij, want ik kende CNV ook doordat mijn vader er lid van is omdat die ook in het onderwijs zat (zit nog steeds). Ja, dan krijg je die vakbladen al binnen dus dan denk je ook, ja, nou ja, misschien ook wel handig voor later."*. Naast dat ze meer kennis hebben over vakbonden hebben, staan ze positief tegenover de vakbond, want later in het gesprek vervolgde het HBO-studentlid: *"Ja, ik ben er wel mee bekend en voor mijn gevoel is het wel een goede vakbond."*.

## 5. Conclusie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusie en de aanbevelingen van het onderzoek gepresenteerd, waardoor antwoord wordt gegeven op de hoofdvraag. Om dit overzichtelijk te doen, is de conclusie aan de hand van de deelvragen uitgewerkt waarna een overkoepelende conclusie wordt gevolgd door aanbevelingen aan het CNV, om zo de hoofdvraag te beantwoorden: *‘Welke aanpassingen kan het CNV maken in haar benadering van HBO-studenten, gebaseerd op de motieven die haar huidige HBO-studentleden hebben beïnvloed in hun keuze om lid te worden?’*.

### 5.1 Beantwoording deelvragen

#### 5.1.1 Deelvraag 1

##### **‘Wat wisten HBO-studentleden voor hun lidmaatschap van het CNV en haar diensten?’**

HBO-studentleden waren vrijwel onbekend met het CNV en het concept van de vakbond voordat ze lid werden van het CNV. De meesten wisten niets van vakbonden omdat ze er nog nooit van hadden gehoord. Dit kwam al eerder naar voren in ander onderzoek onder jongeren, waarin de belangrijkste reden voor het niet lid zijn was dat ze er nog nooit over nagedacht hebben (Huiskamp & Smulders, 2010). Wat opvalt is dat de sociale omgeving (ofwel sociale norm) een grote rol speelt in de kennis van HBO-studentleden, wat in eerder onderzoek ook al naar voren kwam (Visser, 2002); zij die wel bekend waren met het CNV, hadden hun kennis opgedaan via bekenden die werkzaam of lid waren bij de vakbond. Deze HBO-studentleden wisten dat het CNV een vakbond was en konden vertellen wat het concept van een vakbond is: *“opkomen voor de rechten van werknemers”*. Maar ze wisten niet wat het CNV anders maakt dan andere vakbonden of wat ze precies kan betekenen voor studenten. De meeste HBO-studentleden zaten qua kennisniveau dus in de pre-contemplatiefase, waarin ze zich niet bewust waren van het bestaan van een vakbond of wat een vakbondslidmaatschap inhoudt en daarmee ook niet van haar diensten.

#### 5.1.2 Deelvraag 2

##### **‘Waarom zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?’**

Uit het onderzoek blijkt duidelijk dat de HBO-studentleden een simpele afweging van voor- en nadelen hebben gemaakt in hun beslissing om lid te worden van het CNV. Elk HBO-studentlid gaf aan dat de “decisional balance” overduidelijk voordelig was en dat ze daarom lid zijn geworden. Ze noemden gratis sokken, recht op stagevergoeding en hulp bij vragen en problemen als belangrijkste motivaties voor het lidmaatschap, waarbij het feit dat lid worden gratis was voor velen een doorslaggevende factor was. Tegenover deze voordelen zagen de HBO-studentleden geen nadelen van het lidmaatschap omdat het ze niets kostte, zowel in middelen als in tijd. De voordelen van lidmaatschap wegen dus op tegen de nadelen, want die zijn er volgens de HBO-studentleden niet. Dit is in lijn met het onderzoek van Schnabel (2002), die stelde dat de baten van een lidmaatschap groot genoeg moeten zijn om eventuele kosten te

rechtvaardigen. De HBO-studentleden zagen hun CNV-lidmaatschap vaak als een extraatje bij een gratis paar sokken, waar ze in de toekomst nog wat aan zouden kunnen hebben, met name in de vorm van stagevergoeding.

### **5.1.3 Deelvraag 3**

#### **Hoe zijn de HBO-studentleden lid geworden van het CNV?’**

Er zijn twee manieren waarop HBO-studentleden zijn benaderd om lid te worden van het CNV; ze kregen een presentatie of kwamen langs bij een informatiestand. Bij de eerstgenoemde benadering werd de informatie gepresenteerd voor een groep terwijl bij informatiestands een filmpje werd getoond die een duidelijk overzicht gaf van wat het CNV te bieden had en zo de aandacht trok. Daarnaast werden bij informatiestands gratis sokken aangeboden aan de studenten, wat voor hen een directe motivatie bleek om zich in te schrijven. Het lid worden van het CNV bleek voor alle HBO-studentleden erg makkelijk te zijn; hun zelf-effectiviteit was groot. Ze kregen zowel tijdens de presentatie als bij een informatiestand meteen een inschrijfformulier en konden deze direct ingevuld inleveren. Dit is dan ook hoe elk HBO-studentlid lid is geworden. Hetgeen wat HBO-studentleden uit beide benaderingen is bijgebleven, zijn de gesprekken met de vakbondsconsulenten, waaruit interesse voor HBO-studenten bleek die zeer gewaardeerd werd door de HBO-studentleden. Het idee dat vakbonden te weinig doen om jongeren aan te spreken en te informeren, wordt hiermee deels tegengesproken (Vandaele, 2012), omdat bovenstaande acties wel degelijk blijken geven van de moeite die het CNV doet om jongeren aan te trekken.

### **5.1.4 Deelvraag 4**

#### **‘Wat vinden HBO-studentleden van het CNV en het vakbondslidmaatschap?’**

Aangezien HBO-studentleden meestal nog nooit van de vakbond hadden gehoord voordat ze lid werden, hadden zij voordat ze lid werden logischerwijs ook geen mening over het CNV. Dit is in lijn met het onderzoek van Huiskamp en Smulders (2010), die vonden dat jongeren nog nooit over lidmaatschap hadden nagedacht. Een enkeling had er vaag over gehoord en zag het als een stoffige organisatie voor ouderen en mensen die klagen. Een belangrijke uitzondering betreft echter die HBO-studentleden, die voordat zij lid werden al iemand kenden die ofwel lid was bij een vakbond, ofwel voor een vakbond werkzaam was. Deze HBO-studentleden waren vaak positief over de vakbond en vonden de ideologie waar de vakbond voor staat mooi. Ze hadden een positieve associatie met en attitude over het lidmaatschap, doordat ze iemand kenden die lid was.

### **5.1.5 Deelvraag 5**

**‘Wat voor invloed heeft de sociale omgeving van HBO-studentleden gehad op hun keuze tot lidmaatschap?’**

Op het eerste gezicht lijkt het er op dat de sociale norm geen invloed heeft gehad op de keuze van HBO-studentleden om lid te worden van het CNV. Het CNV speelde namelijk geen rol in hun leven voordat ze lid werden, omdat voor de meeste HBO-studentleden geldt dat niemand in hun sociale omgeving lid is van de vakbond. Als dat wel het geval zou zijn, dan is de kans groot dat ze het niet zouden weten, want vakbondslidmaatschap is geen onderwerp van gesprek. Echter lijkt de sociale omgeving van HBO-studentleden wel degelijk een rol te spelen voor hen die wél iemand kennen die lid is of bij de vakbond werkt, in lijn met eerder onderzoek onder andere doelgroepen (Visser, 2002). Deze studentleden stonden hierdoor vaak positief tegenover de vakbond. De sociale omgeving van HBO-studentleden heeft dus invloed op hun attitude tegenover het CNV en vakbondslidmaatschap maar is niet doorslaggevend in hun keuze voor lidmaatschap.

## **5.2 Beantwoording hoofdvraag**

**‘Welke aanpassingen kan het CNV maken in haar benadering van HBO-studenten, gebaseerd op de motieven die haar huidige HBO-studentleden hebben beïnvloed in hun keuze om lid te worden?’**

In lijn met eerder onderzoek, wordt de keuze van HBO-studentleden om wel of niet lid te worden van het CNV vooral bepaald door sociale en instrumentele motieven (de Witte, 1988; Pulignano & Doerflinger, 2014). Kennis van de vakbond en haar idealen speelt daarbij geen grote rol. Voordat de meeste HBO-studentleden lid werden van het CNV, wisten zij vrijwel niks van het CNV. Dit gebrek aan kennis wijst erop dat de meeste HBO-studentleden voor hun lidmaatschap in de pre-contemplatiefase zaten, waarna ze door de benadering van het CNV (presentatie of informatiestand) meteen tot de actiefase (ofwel het gedrag) overgingen. Sommige HBO-studentleden hadden via hun sociale omgeving overigens al enige kennis van het CNV of de vakbond in het algemeen. Hun attitude ten opzichte van de vakbond was positief, wat duidt op sociale motieven ofwel de invloed van de sociale norm, maar net als de andere HBO-studentleden wisten zij niet wat het CNV specifiek voor ze kon betekenen. Voor de meeste HBO-studentleden speelden affectieve overwegingen echter geen rol, omdat ze voor hun lidmaatschap het CNV of de vakbond niet kenden.

De instrumentele motieven en daarmee cognitieve overwegingen speelden wel een belangrijke rol in de keuze om lid te worden (de Witte, 1988; Pulignano & Doerflinger, 2014). Naar aanleiding van de benadering door het CNV, hebben de HBO-studentleden een “decisional balance” opgemaakt en

concludeerden ze dat er geen nadelen (lees: geen kosten) maar wel veel voordelen zaten aan een vakbondslidmaatschap. Dat ze er direct wat voor terug kregen (gratis sokken) en in de toekomst wat aan konden hebben (stagevergoeding en hulp bij problemen en vragen) waren de belangrijkste motivaties om lid te worden. De mogelijkheid om zich direct en op een simpele manier in te schrijven zorgde voor een groot gevoel van zelf-effectiviteit bij de HBO-studentleden. Dit gevoel van zelf-effectiviteit maakte het voor HBO-studentleden makkelijk om in de actiefase te komen en zich daadwerkelijk in te schrijven bij het CNV.

Concluderend hebben de meeste HBO-studentleden dus vanuit cognitieve overwegingen gekozen voor hun lidmaatschap; ze hebben de voor- en nadelen afgewogen en zijn zo tot een beslissing gekomen. De motieven die de belangrijkste rol speelden, zijn daarbij – in lijn met eerder onderzoek – de instrumentele en sociale motieven (de Witte, 1988; Pulignano & Doerflinger, 2014). Wat het CNV op basis hiervan kan aanpassen in haar aanpak, wordt hierna beschreven.

## **5.3 Aanbevelingen**

### **5.3.1 Social media**

Het CNV blijkt vrijwel onbekend onder HBO-studenten die geen bekenden hebben bij de vakbond. Om de bekendheid van het CNV te vergroten en daarmee de studenten richting de contemplatie-, preparatie- en uiteindelijk actiefase te bewegen, moeten deze studenten op grote schaal worden aangesproken. Een goede manier om dit te doen is door gebruik te maken van social media (Appel, Grewal, Hadi & Stephen, 2020). HBO-studenten zijn opgegroeid met sociale media en deze benadering sluit daarom goed aan bij deze doelgroep (CBS, 2013). Social media platforms waar het CNV gebruik van zou kunnen maken zijn Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter en LinkedIn. Door op deze platforms officieel accounts op te zetten en de huidige HBO-studentleden toe te voegen, kan er een volgersaantal worden opgebouwd en waarmee het idee van een sociale norm onder HBO-studenten kan worden vergroot. Via de accounts kan het CNV informatie verstrekken over actuele onderwerpen en de diensten die zij aanbieden aan studenten. Ook zou het CNV het delen van succesverhalen door HBO-studentleden met andere HBO-studenten kunnen faciliteren, door bijvoorbeeld een filmpje te plaatsen waarin een HBO-studentlid vertelt over zijn/haar ervaringen met het CNV en wat hij/zij daaraan heeft gehad. Daarnaast kan het CNV ook online in gesprek gaan met leden door het stellen van vragen via polls of het poneren van stellingen waar de leden op kunnen reageren. Dit kan ervoor zorgen dat het gesprek over het lidmaatschap onder studenten wordt aangewakkerd. Indien dit lukt, kan dit ervoor zorgen dat de kennis over het CNV zich sneller verspreidt en de attitude ten opzichte van de vakbond verbetert, aangezien uit het huidige onderzoek blijkt dat studenten die een vakbondslid kenden meer wisten over het CNV en positiever tegen vakbondslidmaatschap aankeken. Verder kan het CNV op deze manier niet alleen informatie geven, maar

ook informatie inwinnen over HBO-studenten en op die manier meer kennis vergaren over wat HBO-studenten belangrijk vinden in hun lidmaatschap.

### **5.3.2. Mond-tot-mond reclame en influencers**

Omdat uit dit en eerder onderzoek blijkt dat HBO-studenten die iemand kennen die lid of werkzaam is bij een vakbond zowel meer kennis hebben over de vakbond als een positievere attitude hebben ten opzichte van de vakbond (Visser, 2002), is het belangrijk dat HBO-studenten het van hun naasten weten als deze lid zijn. Hier kan het CNV wellicht op inspelen door mond-tot-mond reclame te stimuleren. Zij kan bijvoorbeeld haar huidige leden mobiliseren om meer over de vakbond te praten, door hen in te lichten over de gevolgen van vergrijzing binnen de vakbond en het belang van nieuwe (jonge) leden. Dit zou gedaan kunnen worden door een artikel op de website te plaatsen of hierover een bericht te plaatsen in een nieuwsbrief. Om de bekendheid van het CNV en vakbonden richting de toekomst te waarborgen, zou zij zelfs een kinderboekje kunnen uitbrengen waarin het nut van vakbonden naar voren komt, zodat ouders en grootouders het belang hiervan op een speelse manier kunnen delen met de studenten van de toekomst. Een aanpak die studenten daarnaast direct kan aanspreken, is het inzetten van influencers. Tegenwoordig zien steeds meer mensen de influencers die zij volgen als een soort vriend of bekende, omdat hun aanpak vaak erg persoonlijk overkomt (Anschutz, 2018). Het zou dus kunnen dat wanneer een influencer het CNV of vakbonden in het algemeen openbaar zou steunen en zou delen dat hij/zij lid is, dat dit een invloed heeft op de kennis en attitude van studenten over vakbonden.

### **5.3.3 Huidige benadering en diensten benadrukken**

Uit het onderzoek blijkt dat de benadering voor de huidige HBO-studentleden vaak goed werkt. Het uitblijven van nadelen van een lidmaatschap in de vorm van kosten is bijvoorbeeld een belangrijk onderdeel in de “Decisional balance” die HBO-studentleden maken in hun keuze om lid te worden. Hierom is mijn advies om het studentlidmaatschap gratis te blijven aanbieden. Daarnaast komt uit dit onderzoek naar voren dat een actie zoals het aanbieden van gratis sokken een grote directe motivator is om lid te worden. Indien het CNV in deze fase vooral bekendheid wil vergaren en daar de groei van het aantal HBO-studentleden belangrijk bij is, is het raadzaam om deze of soortgelijke acties door te zetten; erg veel HBO-studentleden hebben hun lidmaatschap namelijk aan deze actie te danken. Deze leden hebben echter een grote sprong gemaakt in de Stages of change; ze gingen direct van de pre-contemplatiefase, waarin ze zich van het bestaan van het CNV niet bewust waren, naar de actiefase, waarin ze lid werden. De stappen die ze overgeslagen hebben betreffen normaliter het verdiepen in de situatie en het inlezen in de mogelijkheden en achtergronden hiervan. Om de studenten in de toekomst toch mee te kunnen nemen langs de twee tussenliggende fasen, is het wellicht goed om tijdens de werving meer aandacht te besteden aan de voordelen van het lidmaatschap, wat het CNV haar HBO-studentleden concreet te bieden heeft en

waar studentleden tijdens hun lidmaatschap terecht kunnen met vragen. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan door tijdens de gesprekken met potentiële HBO-studentleden te vragen of ze een bijbaan hebben en aan te geven dat ze een contract-check kunnen doen als ze lid zijn. Hierdoor kunnen HBO-studenten meteen ervaring opdoen met een dienst van het CNV en zullen ze het nut van een lidmaatschap bij CNV daardoor inzien.

## **6. Discussie**

In dit hoofdstuk worden de verbeterpunten en de kanttekeningen van het onderzoek besproken.

### **6.1 Wervingsprobleem**

De HBO-studentleden waren over het algemeen niet gewillig om mee te doen aan een onderzoek, terwijl de verwachting heerste dat de meeste HBO-studentleden bereid zouden zijn om mee te doen, omdat ze al lid waren en daarmee een bepaalde betrokkenheid zouden hebben. Uit de 154 HBO-studentleden wilden er uiteindelijk slechts 15 meedoen aan het onderzoek. Dit kan voor selectieproblemen hebben gezorgd, aangezien de HBO-studentleden die niet mee wilden doen misschien wel hele andere motieven hadden voor hun CNV-lidmaatschap dan de HBO-studentleden die wel mee wilden doen. Ook kan dit een invloed hebben gehad op de externe van het onderzoek (Verhoeven, 2014). Echter is een lage respons een veelvoorkomend probleem in kwalitatief onderzoek en is het toch mogelijk gebleken om ongeveer 10% van de HBO-studentleden te spreken.

### **6.2 Gevolgen Coronacrisis voor dataverzameling**

Ten tijde van dit onderzoek is er een quarantaineperiode afgekondigd in verband met COVID-19. Hierdoor moesten de focusgroepen online gehouden worden. Online focusgroepen hebben als nadeel dat het lastiger is voor deelnemers om op elkaar te reageren, omdat internet een kleine vertraging heeft en storingen kan hebben. Dit zou ervoor kunnen hebben gezorgd dat het onderscheidende element van focusgroepen – de interactie en discussie tussen de deelnemers – deels teniet is gedaan (Hennink, 2014; Kitzinger, 1994). Tijdens de online focusgroepen was dat merkbaar tijdens de discussies of andersoortige interacties tussen deelnemers. De interacties werden snel chaotisch en deelnemers gingen daarom nauwelijks op elkaar in, maar wachtten op de moderator om hen het woord te geven. Om dit probleem zo veel mogelijk te beperken, zijn de meeste focusgroepen gehouden met maximaal drie deelnemers.

### **6.3 Generaliseerbaarheid resultaten**

Vanwege de beperkte tijd die beschikbaar is voor een afstudeeronderzoek, moest er een keuze worden gemaakt met betrekking tot de te onderzoeken groep. In dit onderzoek is ervoor gekozen om HBO-studenten te bevragen die al lid waren van het CNV. Hiermee is echter maar een deel van alle HBO-studenten meegenomen in het onderzoek en kunnen er over de motieven van deze studenten om bijvoorbeeld géén lid te worden, niets worden gezegd. Om een completer beeld te krijgen van de beeldvorming onder HBO-studenten over het CNV en vakbondslidmaatschap, kunnen HBO-studenten die (nog) geen lid zijn van het CNV ook worden meegenomen in het onderzoek. Op die manier kan de externe validiteit, die te maken heeft met het correct afspiegelen van de onderzoekspopulatie, worden vergroot (Verhoeven, 2014).

## **6.4 Onduidelijkheid tijdsperiode**

Aangezien dit onderzoek gaat over de motieven van HBO-studenten om lid te worden van het CNV en daarmee over de periode vóór het lid worden, was het tijdens de focusgroepen belangrijk om duidelijk te maken over welke tijd/periode de vragen werden gesteld. HBO-studentleden waren soms al een tijd geleden lid geworden en konden zich soms niet goed herinneren wat ze destijds wel of niet wisten. Daarnaast hadden ze sindsdien nieuwe kennis opgedaan en eventueel een (nieuwe) mening gevormd. Het was hierdoor soms moeilijk voor de studentleden om niet in de tegenwoordige tijd te antwoorden. Het was voor de moderator dan zaak om goed na te vragen wanneer ze deze kennis hadden opgedaan. Dit lukte niet altijd, waardoor het bij het verwerken van de resultaten af en toe lastig was om te garanderen dat de informatie betrekking had op de juiste tijdsperiode. Om deze moeilijkheid in toekomstig onderzoek te voorkomen, is het handiger om studenten te bevragen bij de inschrijving of kort daarna.

## **6.5 Opvallende uitkomsten**

Uit telefoongesprekken met de HBO-studentleden in de wervingsfase bleek dat een groot deel van de HBO-studentleden niet wist dat ze lid waren van het CNV of wat het CNV was. Sommige leden waren zelfs boos toen ze hoorden dat ze lid waren geworden van het CNV zonder het te weten. Ze dachten dat het speerpunt van het CNV (stagevergoeding voor HBO-studenten) een petitie betrof en dat ze hun gegevens hadden achtergelaten om hun steun kenbaar te maken. Voor veel HBO-studentleden was het dus onduidelijk dat zij zich inschreven als lid van het CNV. Helaas heeft geen van deze HBO-studentleden meegedaan aan het onderzoek, wat de representativiteit kan hebben beïnvloed. Daarnaast schept het de vraag wat voor HBO-studentleden het CNV heeft. Het feit dat de meeste HBO-studentleden niet wisten dat ze lid waren of waren vergeten wat het CNV was laat zien dat deze leden zich niet betrokken voelen bij het CNV. Het CNV wil meer HBO-studentleden, maar misschien is het ook belangrijk voor het CNV om zich af te vragen wat voor HBO-studentleden ze willen hebben. Dit zou een mooi onderwerp kunnen zijn voor een vervolgonderzoek.

## 7. Literatuurlijst

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behaviour. In J. Kuhl & J. Beckman (eds.), *Action control: From cognition to behaviour* (pp. 11-39). Berlin: Springer.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behaviour." *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, 52(1), 27-58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control and the theory of planned behaviour. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.
- Alblas, G. & Wijsman, E. (2013). *Gedrag in organisaties*. Groningen: Noordhoff uitgevers B.V.
- Anschutz, D. (2018). *Instagram: De ultieme reclamehemel?* Een onderzoek naar native en non-native advertising op Instagram en de invloed van de betrouwbaarheid van de social influencer.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A.T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 48, 79–95.
- Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. (2014). *Sociale Psychologie*. Amsterdam: Pearson Benelux B.V.
- Bandura, A., Adams, N.E., Hardy, A.B. et al. (1980). Tests of the generality of self-efficacy theory. *Cogn Ther Res* 4, 39–66 .
- Bandura, A., Adams, N. E., & Beyer, J. (1977). Cognitive processes mediating behavioural change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(3), 125–139.
- Boeije, H. (2016). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom uitgevers Amsterdam.
- CBS (2012). *Organisatiegraad van werknemers 1995 – 2011*. Geraadpleegd op 2 april 2020, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2012/22/organisatiegraad-van-werknemers-1995-2011>
- CBS (2013). *Gebruik en gebruikers van sociale media*. Geraadpleegd op 10 augustus 2020 via <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2013/40/gebruik-en-gebruikers-van-sociale-media>
- CBS (2018). *Bijna een op de vijf werknemers lid van een vakbond*. Geraadpleegd op 2 april 2020, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/25/bijna-een-op-de-vijf-werknemers-lid-van-een-vakbond>
- CBS (2019a). Ruim 100 duizend minder mensen lid van de vakbond. Geraadpleegd op 16 maart 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/43/ruim-100-duizend-minder-mensen-lid-van-de-vakbond>

- CBS (2019b). *Leden van vakverenigingen; geslacht en leeftijd*. Geraadpleegd op 19 februari 2020, via <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/80598NED/table>
- CBS statline (2019). *Bevolking kerncijfers*. Geraadpleegd op 16 maart 2020, via <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/37296ned/line?dl=19CE5>
- CBS statline (2020). *Onderwijsniveau van personen en partner*. Geraadpleegd op 06 april 2020, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83613NED/table?ts=1586872664495>
- Checchi, D. & Visser, J. (2005). Pattern persistence in European trade union density; a longitudinal analysis 1950-1996. *European Sociological Review*, 21, 1-21.
- CNV (2020a). *Over CNV*. Geraadpleegd op 17 februari 2020, via: <https://www.cnv.nl/over-cnv/>
- CNV (2020b). *Duurzame (werk)relaties maak je samen*. CNV visie programma 2020-2024 van het CNV.
- CPB (2019). *Zorgen om morgen*. Geraadpleegd op 17 maart 2020, van <https://www.cpb.nl/zorgen-om-morgen#>
- Deakin, H., & Wakefield, K. (2014). Skype interviewing: reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*, 14(5), 603–616.
- Delespaul, N., & Doerflinger, N. (2019). Een verlaagde prijs als motief voor vakbondslidmaatschap voor jongeren?. *Tijdschrift voor arbeidsvraagstukken*. (35) 1.
- De Witte, H. (1988). Waarom worden jongeren lid van een vakbond? *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 11(3), 261-279.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Eurofound (2010). *Trade union strategies to recruit new groups of workers*. Eurofond.
- Fern, E. F. (1982). Why do focus groups work: a review and integration of small group process theories. *Advances in Consumer Research*, 444-451.
- Fishbein, M. A. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley
- Gibson, F. (2007). Conducting focus groups with children and young people: strategies for success. *Journal of research in nursing*, 12(5), 473-483.
- Gielen, W., & Floris, J. (2018). *Wie is er nog lid van een vakbond. Inzicht in lidmaatschap, belang en tevredenheid*. Statistische trends, CBS.

- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2008). *Health behaviour and health education. Theory, research and practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Hennink, M. M. (2007). *International Focus Group Research: A Handbook for the Health and Social Sciences*. Cambridge: Cambridge university Press.
- Hennink, M. M. (2014). *Focus group discussions*. New York: Oxford university press.
- Huiskamp, R., & Smulders, P. (2010). Vakbondlidmaatschap in Nederland: Nooit serieus over nagedacht! *Tijdschrift voor arbeidsvraagstukken*. 26(2), 197-210
- Janis, I. L., & Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. Free Press.
- Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants. *Sociology of health & illness*, 16(1), 103-121.
- Liagre, P. & van Gyes, G. (20120). *The Belgian case: an outlier in union density and membership*. Geraadpleegd op 10-05-2020, van <https://lirias.kuleuven.be/1898032?limo=0>
- Lowe, G. S., & Rastin, S. (2000). Organizing the next generation: Influences on young workers' willingness to join unions in Canada. *British Journal of Industrial Relations*, 38(2), 203-222.
- Payne, N., Jones, F., & Harris, P. (2002). The impact of working life on health behaviour: the effect of job strain on the cognitive predictors of exercise. *Journal of Occupational Health Psychology*, vol.7, no.4, 342-353.
- Prochaska, J. O. & DiClemente, C. (1983). Stages and processes of self-change in smoking: toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 5, 390-395.
- Prochaska, J. O. (1984). *Systems of Psychotherapy: A Transtheoretical Analysis*. (2nd ed.) Pacific Grove, Calif.: Brooks- Cole
- Pulignano, V., & Doerflinger, N. (2014). *Belgian trade unions and the youth: Initiatives and challenges*. Leuven: Centre for Sociological Research.
- RIVM (2018). *Impact van de vergrijzing*. Geraadpleegd op 15 maart 2020, via <https://www.vtv2018.nl/impact-van-de-vergrijzing>
- Schnabel, C. (2002). *Determinants of trade union membership*. Erlangen-Nuremberg: Friedrich-Alexander-University.
- Tailby, S., & Pollert, A. (2011). Non-unionized young workers and organizing the unorganized. *Economic and Industrial Democracy*, 32(3), 499-522.
- Ter Steege, D., Van Groenigen, E., Kuijpers, R., & Van Cruchten, J. (2012). Vakbeweging en organisatiegraad van werknemers. *Socialeconomische trends, 4e kwartaal 2012*. CBS, 9-25.

- Vandaele, K. (2012). Youth representatives' opinions on recruiting and representing young workers: A twofold unsatisfied demand? *European Journal of Industrial Relations*, 18(3), 203–218.
- Van Dalen, H. P. (2018). *Vergrijzing vakbonden*. Geraadpleegd op 19 februari, via [https://www.researchgate.net/publication/327867977\\_Vergrijzing\\_vakbonden](https://www.researchgate.net/publication/327867977_Vergrijzing_vakbonden)
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?* Praktijkboek voor methoden en technieken. Boom Lemma Uitgevers
- Visser, J. (2002). Why fewer workers join unions in Europe: a social custom explanation of membership trends. *British Journal of Industrial Relations*, 40, 403-430.
- Waddington, J. & Kerr, A. (2002), Unions fit for young workers?. *Industrial Relations Journal*, 33: 298-315.
- Wiekens, C. (2015). *Beïnvloeden en veranderen van gedrag*. Amsterdam: Pearson benelux b.v.

## 8. Bijlagen

### Bijlage 1 – Wervingsmail + uitnodigingsmail focusgroepen + beloning mail

#### Wervingsmail

Beste CNV lid,

Als student ben je een gewaardeerd lid van het CNV. We zijn altijd erg nieuwsgierig naar jouw mening en ervaringen. Daarom willen we je vragen om ons te helpen met het verbeteren van onze benadering van studenten.

Komende weken wordt er een onderzoek gehouden onder HBO-studentleden van het CNV naar hoe en waarom jij lid bent geworden van de vakbond. Hoe meer we weten over jouw redenen om lid te zijn, hoe beter we je van dienst kunnen zijn!

Hoe willen we dat doen?

We gaan met jou en twee medestudenten online in gesprek over jouw redenen om lid te worden en zijn van de vakbond.

Het gaat om een gesprek van ongeveer 30 minuten waarbij we samen met jou bespreken wat jouw motivatie is voor je vakbondslidmaatschap, hoe je lid bent geworden en wat daarbij van invloed was op jou. Ook zijn we benieuwd naar jouw ideeën over de vakbond in het algemeen en het CNV specifiek.

Wat krijg je ervoor terug:

- Een Tony Chocology reep naar keuze!
- Grote kans op een bol.com cadeaubon van €20,-
- Een gratis cv-check, salaris-check en stagevergoeding-check.

Jouw verhaal is erg belangrijk voor ons dus; heb je wat tijd voor ons over tijdens deze coronacrisis en heb je zin in chocola? Meld je dan nu aan via **\*LINK naar datumprikker\***

**Help ons met het verbeteren van onze vertegenwoordiging van studenten!**

#### Uitnodigingsmail deelnemers:

Beste **XX**, **XX** en **XX**,

Wat fijn dat je meedoet aan dit onderzoek. Wij waarderen het enorm!

Zoals besproken zal je **XX** deelnemen aan een online focusgroep. Aan de focusgroep zullen twee studentleden van het CNV deelnemen (waaronder jij). Ik vervul de rol van moderator. Het gesprek zal maximaal 30 minuten duren.

Hierbij stuur ik je de link naar de online omgeving (Microsoft Teams; zie link onderaan deze mail) waar het gesprek zal plaatsvinden, **XX** om **XX:XX**. Ook bevat deze mail een agenda-uitnodiging. Zodat je de afspraak ook in je agenda kunt zetten.

Wij zullen de volgende onderwerpen behandelen:

- Introductie, uitleg focusgroep en onderzoek + verduidelijking eventuele vragen
- Jouw motivaties ervaringen en mening omtrent het CNV en jouw lidmaatschap
- Afsluiting en vragen

Mocht je nog vragen hebben dan kan je me mailen. Je krijgt voor de focusgroep uitleg over hoe het in zijn werk gaat en mochten er dan nog vragen overblijven dan krijg je de kans om die dan te stellen.

Ik kijk erg uit naar het gesprek. Tot dan!

Met vriendelijke groet,

Mendel Aldershof

06-52189896

### **Beloning deelname + interesse in onderzoeksresultaten mail**

Beste **XX**,

Nogmaals bedankt voor het meedoen met dit onderzoek!

Door jou deelname aan dit onderzoek maak je niet alleen kans op een bol.com bon van 20 euro maar je krijgt ook nog een tony chocolony reep van me thuisgestuurd dus ik wilde je adres nog even dubbel checken:

**ADRES**

Klopt het dit?

En welke smaak zou je willen? Niets exotische alsjeblieft want ik moet ze zelf uit de winkel halen;)

Wil je de resultaten van dit onderzoek ontvangen? Laat me dat dan even weten in de reactie op deze mail.

Met vriendelijke groet,

Mendel Aldershof

P.S. ik stuur de chocola op aan het einde van het onderzoek dus het kan even duren maar ik beloof dat ik het opstuur!

## **Bijlage 2 – Gespreksformulier en topiclijst**

### **Introductie**

Mijn naam is Mendel Aldershof. Ik ben student Toegepaste Psychologie aan de Hanzehogeschool. Ik doe dit afstudeeronderzoek voor Probeer de bond van het CNV. Ik wil jullie alvast bedanken voor jullie deelname en bijdrage aan mijn onderzoek over de motieven van HBO-studenten lid te worden van de vakbond. De audio van deze focusgroep sessie zal worden opgenomen zodat ik dit later kan gebruiken voor het verwerken van de resultaten. Niemand anders zal hiernaar luisteren behalve ik en eventueel mijn afstudeerbegeleider en de opnames zullen vernietigd worden zodat de resultaten zijn verwerkt. Voordat ik begin met opnemen stel ik voor om een voorstelronde te doen. Kunnen jullie ook aangeven of je wel of niet bezwaar hebt tegen de audio opname?

[Voorstelronde]

### **\*OPNAME STARTEN\***

Voordat we overgaan tot het verder stellen van de vragen, vertel ik in het kort de inhoud van het onderzoek, benoem ik wat een focusgroep inhoudt en wat er van elk van jullie verwacht wordt.

Ik doe mijn onderzoek naar de motieven voor lidmaatschap van HBO-studentleden van het CNV. Het CNV is in 2019 begonnen met het actief benaderen van HBO-studenten om lid te worden van de vakbond. Er is toen gebleken dat wij als vakbond eigenlijk nog heel weinig weten over waarom HBO-studenten lid worden van de vakbond en wat jullie bezighoudt in jullie werk en studielevens. Het CNV heeft mij daarom gevraagd om onderzoek te doen naar HBO-studenten om de benadering van HBO-studenten om lid te worden te kunnen verbeteren. Door jullie als HBO-studentleden van het CNV te vragen naar jullie motieven, meningen en ervaringen omtrent jullie lidmaatschap en de vakbond proberen we HBO-studenten beter te begrijpen en beter te benaderen als vakbond zijnde.

De vragen die ik jullie zal stellen zijn bedoeld om meer inzicht te krijgen in jullie redenen voor lidmaatschap en in jullie ervaring met- en mening over de vakbond. Bij een focusgroep is het de bedoeling dat jullie ideeën, ervaringen en meningen delen en bespreken. Dat betekent dat de vragen zijn bedoeld om onderlinge gesprek/discussie op gang te brengen. Jullie mogen dus op elkaar reageren en elkaar ook vragen stellen. Een tip is om je hand op te steken in microsoft teams als je wilt reageren op de ander of gewoon iets wilt zeggen. Ik zal na het stellen van een vraag jullie gesprek observeren en af en toe een vraag stellen als dit nodig is. Het is ook niet de bedoeling dat jullie elkaar gaan overtuigen van een of

andere mening. Het zijn juist de discussies en verschillen tussen mensen waardoor er ontzettend veel informatie te verkrijgen is. De focusgroep zal maximaal 45 minuten duren.

Hetgeen waar ik vandaag antwoord op probeer te krijgen met deze focusgroep is wat er allemaal van invloed is op een HBO-student bij het lid worden van een vakbond en wat jullie ervaring en mening is over de vakbond.

Zijn er nog vragen?

### Openingsvraag

1. Hoe zijn jullie precies lid geworden van het CNV? (zo specifiek mogelijk)
  - a. Eventueel: specifieke manier van inschrijving: bij een stand of door middel van online inschrijvingsformulier etc
  - b. Hoe makkelijk of moeilijk vonden jullie dit?
  - c. Hoe kwamen jullie voor het eerst in aanraking met het CNV?

### Verdiepingsvragen

#### Vakbondslidmaatschap

2. Wat heeft ervoor gezorgd dat jullie lid werden van de vakbond en het CNV in het bijzonder?
  - a. Eventueel: Wie heeft er specifiek voor gezorgd?
  - b. Eventueel: Wat was je grootste motivatie om lid te worden?
  - c. Eventueel: Wat waren jullie overwegingen om lid te worden?
  - d. Eventueel: Waarom zijn jullie lid geworden van de vakbond in het algemeen en het CNV in het bijzonder?
  - e. **Probe: Vrienden, CNV trainers, studiegenoten, gratis lidmaatschap, diensten, korting op abonnementen?**
3. Wat hadden jullie verwacht van jullie vakbondslidmaatschap?
  - a. Waar waren jullie het meest enthousiast over?
  - b. Waar waren jullie het minst enthousiast over?
  - c. **Probe: Diensten, hulp, kortingen op abonnementen**
4. Wat heeft jullie lidmaatschap jullie tot nu toe opgeleverd?
  - a. Vervolg: Wat zou ervoor zorgen dat het lidmaatschap jullie meer oplevert?
  - b. Vervolg: Zou je lid blijven als je ervoor zou moeten betalen?
  - c. **Probe: hulp bij problemen op stage of werk, inzicht in rechten van werknemers en stagiaires, korting op abonnementen,**
5. Wat zijn in jullie ogen de voor en nadelen van een lidmaatschap van het CNV?
6. Wat zou ervoor zorgen dat meer HBO-studenten lid worden van het CNV?

7. Wat zou het makkelijker maken voor studenten om lid te worden van het CNV?

#### Het CNV

8. Wat wisten jullie al van het CNV voor dat je lid werd en hoe wisten jullie dit?
- Eventueel: Wat wisten jullie al van wat de vakbond doet?
  - Eventueel: wat doet de vakbond volgens jullie?
9. Hoe keken jullie voor je lidmaatschap tegen het CNV aan en hoe is dat nu jullie lid zijn?
- Eventueel: Waarom is jullie mening over de vakbond verandert?
10. Hoe kijken de mensen om jullie heen (vrienden, familie, medestudenten, collega's) tegen het CNV aan?
- Eventueel: Kennen jullie andere studenten of mensen die lid zijn van de vakbond?

#### **Afsluitende vraag**

11. Als jullie 1 aanbeveling konden doen aan het CNV omtrent het benaderen van HBO-studenten om lid te worden van de vakbond wat zou dat dan zijn?

#### **Checkvraag**

Zijn er nog dingen die je graag zou kwijt willen over wat we besproken hebben. Dingen die in jouw ogen belangrijk kunnen zijn/waren bij jou keuze om lid te worden van het CNV die nog niet besproken zijn?

**\*opname wordt beëindigd\***

#### **Post-focusgroep**

Bedank voor jullie tijd en bijdrage aan het onderzoek. Zoals ik aan het begin heb uitgelegd: ik heb het gesprek opgenomen, maar de audio is alleen om het gesprek te kunnen transcriberen. Daarna zal de audio worden gewist. Als je nieuwsgierig bent naar de resultaten van mijn onderzoek kan je dat aangeven.

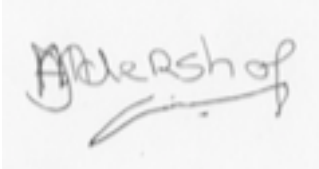
#### **Algemene probes (manieren om het gesprek tussen de deelnemers aan te wakkeren):**

- X heeft iets heel interessant gedeeld. Heeft iemand anders een vergelijkbare ervaring?
- Iedereen is in akkoord/ Niet iedereen is in akkoord over [onderdeel]. Waar ligt dat aan?
- We hebben meerdere problemen geïdentificeerd. Is het mogelijk om die problemen in een rangorde te zetten?
- Heeft iemand een verschillende mening/ ervaring?
- Dat is een goede punt. Wat vinden de anderen ervan?

**Bijlage 3 - Formulier “zorgvuldig omgaan met proefpersonen”***formulier***Zorgvuldigheidsmaatregelen onderzoek door studenten Toegepaste Psychologie**

|                                                      |                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Project / vak / studieonderdeel:                     | Scriptie                                                                                                                                                                                            |
| Docent / coach:                                      | Inge Noback                                                                                                                                                                                         |
| Onderwerp:                                           | Onderzoek CNV Hbo-studentleden                                                                                                                                                                      |
| Begin- en eindtijd van het onderzoek:                | 01-02-2020 / 17-08-2020                                                                                                                                                                             |
| Beschrijving van het onderzoek (kort maar volledig): | Onderzoek naar welke aanpassingen het CNV kan maken in haar benadering van Hbo-studenten, gebaseerd op de motieven die haar huidige Hbo-studentleden heeft beïnvloed in hun keuze om lid te worden. |

Ondergetekende(n) verklaart (verklaren) zonder voorbehoud en naar waarheid bijgaand formulier te hebben ingevuld in verband met in het kader van de opleiding Toegepaste Psychologie uit te voeren onderzoek.

|                          |                                                                                      |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Naam van de student(en): | Handtekening:                                                                        |
| Mendel Aldershof         |  |

Datum: 17-08-2020

|                                                                         | Aankruisen indien van toepassing |                | Beantwoord onderstaande vragen als in de vorige kolom het vakje met is aangekruist.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Kan hier redelijkerwijs toch nog schade uit ontstaan? (kruis het juiste vakje aan) |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
|                                                                         | <b>A</b>                         |                | <b>B</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>C</b>                                                                           |    |
| <b>1</b><br><b>Privacy / anonimiteit</b>                                |                                  |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Nee                                                                                | Ja |
| 1.1<br>Ken je de naam van proefpersonen? Heb je adresgegevens?          | Nee                              | Ja<br><b>X</b> | Hoe is de anonimiteit gegarandeerd? ( <i>Denk aan het niet opnemen van persoonlijke gegevens in een verslag, het veranderen van namen en gegevens enzovoort.</i> )<br>Wanneer worden de gegevens vernietigd en wie is daar verantwoordelijk voor?<br>Als naam van proefpersoon of een bedrijf of dergelijke toch wordt gepubliceerd, geven de betrokkenen daar dan expliciet toestemming voor?<br><br>De gegevens van de deelnemers zijn alleen tijdens het werven gebruikt hebben nooit in onderzoeksdocumenten gestaan. Door de opnames van de focusgroepen pas te beginnen na de introductie van de deelnemers en het anonimiseren van de opnames tijdens het transcriberen en het verwijderen van de opnames na gebruik is de anonimiteit gewaarborgd. | <b>X</b>                                                                           |    |
| 1.2<br>Ken je het e-mailadres van de proefpersonen?                     | Nee                              | Ja<br><b>X</b> | Hoe zorg je ervoor dat het adres uit je adressenlijst verdwijnt (sent items, contactpersonen, inbox, andere mappen enzovoort), o.a. met het oog op spam / verspreiding van virussen?<br>(Verder als bij 1.1)<br><br>Alle contacten staan op de beveiligde server van het CNV en zijn daar nooit vanaf gehaald. Deze gegevens worden dus beschermd door het CNV.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>X</b>                                                                           |    |
| 1.3<br>Beschik je over (andere) persoonlijke gegevens?                  | Nee<br><b>X</b>                  | Ja             | Zijn deze gegevens nodig? Waarom?<br>(Verder als bij 1.1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>X</b>                                                                           |    |
| 1.4<br>Komen proefpersonen op foto of op beeld- of geluidband te staan? | Nee                              | Ja<br><b>X</b> | Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte?<br>Wie krijgen dit materiaal te zien / horen?<br>Geven proefpersonen hier nadrukkelijk toestemming voor?<br>(Verder als bij 1.1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>X</b>                                                                           |    |
| 1.5<br>Wordt er gewerkt met bekenden van de onderzoekers?               | Nee<br><b>X</b>                  | Ja             | Bestaat de mogelijkheid van rolverwarring?<br>Zijn er problemen denkbaar op het gebied van privacy of bijvoorbeeld strijdigheid van belangen en de verhouding die kan ontstaan door een lastige testuitslag?<br>Wat wordt er gedaan om deze problemen te voorkomen? Welke alternatieve oplossingen zijn overwogen en waarom zijn die niet toegepast?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>X</b>                                                                           |    |

|                                                                                                                                                      |                 |     |                                                                      |          |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----|----------------------------------------------------------------------|----------|--|
|                                                                                                                                                      |                 |     |                                                                      |          |  |
| <b>2</b><br><b>Informatie en toestemming</b>                                                                                                         |                 |     |                                                                      |          |  |
| 2.1<br>Wordt proefpersonen expliciet om toestemming gevraagd?                                                                                        | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?                                                         | <b>X</b> |  |
| 2.2<br>Worden proefpersonen vooraf op de hoogte gebracht van het doel van het onderzoek / de interventie?                                            | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?<br>Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht? | <b>X</b> |  |
| 2.3<br>Wordt proefpersonen naar waarheid duidelijk gemaakt wie de opdrachtgever is / welke belangen de opdrachtgever heeft?                          | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?<br>Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht? | <b>X</b> |  |
| 2.4<br>Kunnen proefpersonen deelname weigeren?                                                                                                       | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?                                                         | <b>X</b> |  |
| 2.5<br>Kunnen proefpersonen op elk moment stoppen / van verdere medewerking afzien?                                                                  | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?                                                         | <b>X</b> |  |
| 2.6<br>Wordt het proefpersonen duidelijk gemaakt in welke rol je met ze werkt? (Bijvoorbeeld om van te leren, als medewerker voor een opdrachtgever) | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?<br>Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht? | <b>X</b> |  |
| 2.7<br>Wordt proefpersonen de mogelijkheid geboden op de hoogte te worden gebracht van uitkomsten / resultaten?                                      | Ja<br><b>X</b>  | Nee | Waarom niet?                                                         | <b>X</b> |  |
| 2.8<br>Wordt aan proefpersonen onjuiste informatie verstrekt over de opdrachtgever, het doel van het onderzoek of dergelijke.?                       | Nee<br><b>X</b> | Ja  | Waarom?<br>Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht?      | <b>X</b> |  |

|                                                                                                                                                            |                 |     |                                                                                                           |          |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| 2.9<br>Zijn (sommige) proefpersonen minderjarig?                                                                                                           | Nee<br><b>X</b> | Ja  | Is toestemming geregeld met ouders/verzorgers? Zo nee, waarom niet?                                       | <b>X</b> |  |
| 2.10<br>Zijn (sommige) proefpersonen wilsonbekwaam?                                                                                                        | Nee<br><b>X</b> | Ja  | Is toestemming geregeld met eventuele andere verantwoordelijken? Zo nee, waarom niet?                     | <b>X</b> |  |
| 2.11<br>Is er een protocol gemaakt waarin staat hoe en in welke bewoordingen proefpersonen over de punten 2.1 tot en met 2.8 op de hoogte worden gebracht? | Ja<br><b>X</b>  |     | Voeg het protocol bij.<br><br>Zie bijlage 3 Gespreksformulier<br><br>Zie bijlage 1 Beloning deelname mail |          |  |
|                                                                                                                                                            |                 | Nee | Waarom niet?                                                                                              |          |  |

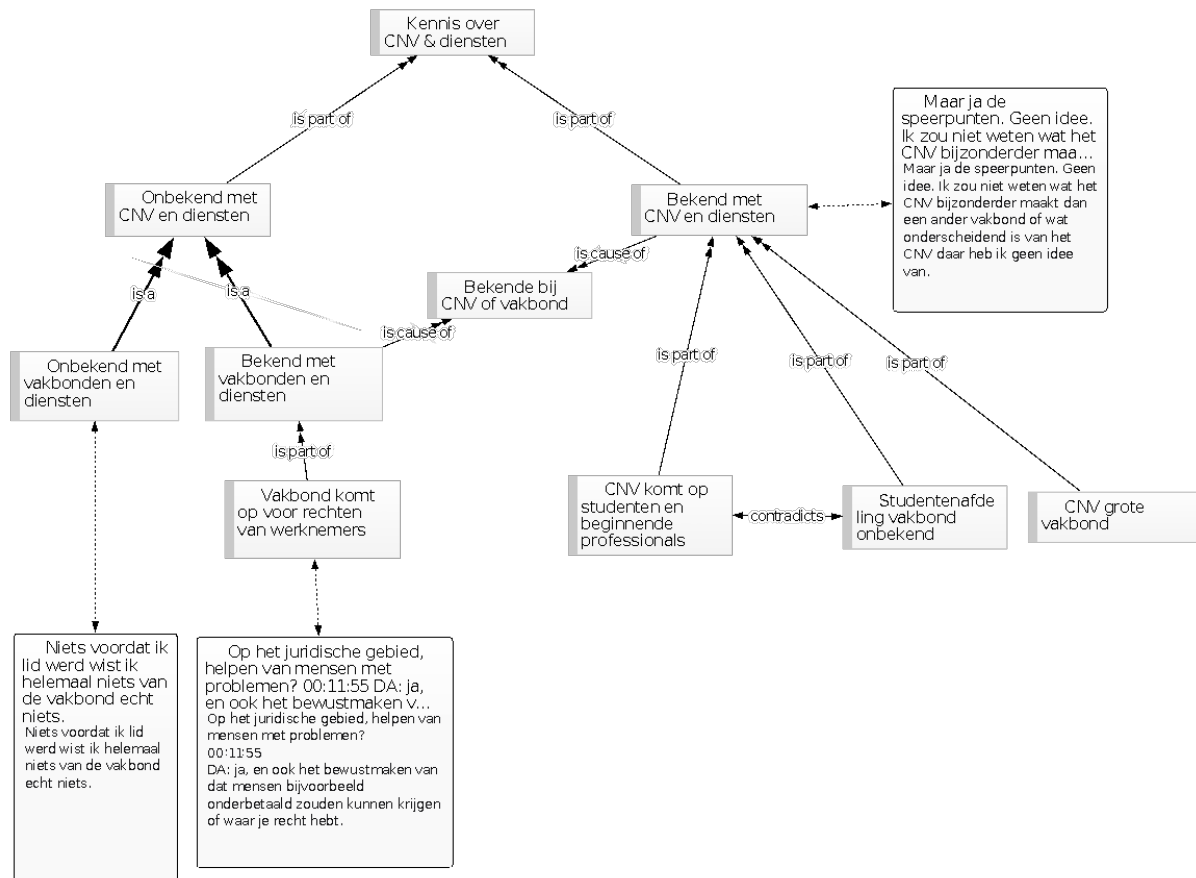
|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |    |                                                                                                                                                                    |          |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| <b>3</b><br><b>Mogelijke schadelijke effecten</b>                                                                                                                                                                                                                                         |                 |    |                                                                                                                                                                    |          |  |
| 3.1<br>Is er tijdens het onderzoek sprake van misleiding van proefpersonen?                                                                                                                                                                                                               | Nee<br><b>X</b> | Ja | Waarom is dit nodig?<br>Wat is de aard van de misleiding?<br>Wanneer en hoe worden proefpersonen op de hoogte gebracht (debriefing)?                               | <b>X</b> |  |
| 3.2<br>Kan de proefpersoon door deelname geestelijk, sociaal, fysiek of andere nadeel ondervinden? Denk hierbij <i>onder andere</i> aan bewustwording van iets onaangenaams, in verlegenheid, frustratie of stress worden gebracht, het ongewenst bekend worden van uitkomsten enzovoort. | Nee<br><b>X</b> | Ja | Welke nadelen zijn denkbaar?<br>Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken?<br>Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte? | <b>X</b> |  |
| 3.3<br>Kunnen er groeperingen (denk ook aan kwetsbare groepen / minderheden) door deelname aan of bijvoorbeeld uitkomsten van onderzoek of publiciteit                                                                                                                                    | Nee             | Ja | Welke nadelen zijn denkbaar?<br>Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken?<br>Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte? | <b>X</b> |  |

|                                                                                                                                                                                                |                 |    |                                                                                                                                                                                                                                         |          |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| erover ervan nadeel ondervinden?                                                                                                                                                               | <b>X</b>        |    |                                                                                                                                                                                                                                         |          |  |
| 3.4<br>Kunnen organisaties en dergelijke (bijvoorbeeld school of woningbouwcorporatie die er 'slecht' van afkomt) nadelen ondervinden van de uitkomsten van of publiciteit rond het onderzoek? | Nee<br><b>X</b> | Ja | Welke nadelen zijn denkbaar?<br>Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken?<br>Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte?<br>Zijn betreffende organisaties hiervan op de hoogte?               | <b>X</b> |  |
| 3.5<br>Kunnen er op basis van het onderzoek beslissingen worden genomen (door bijvoorbeeld opdrachtgever) die nadelig kunnen zijn voor bepaalde (groepen) mensen?                              | Nee<br><b>X</b> | Ja | Welke beslissingen kunnen voor wie nadelig zijn?<br>Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken?<br>Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte?<br>Zijn andere betrokkenen hiervan op de hoogte? | <b>X</b> |  |
| 3.6<br>Kunnen uitkomsten / testuitslagen schokkend / naar zijn voor de betrokkene?                                                                                                             | Nee<br><b>X</b> | Ja | Worden er vooraf afspraken gemaakt over de bespreking van de uitkomsten / uitslagen?<br>Is er de mogelijkheid van opvang, nazorg of doorverwijzing geregeld?                                                                            | <b>X</b> |  |

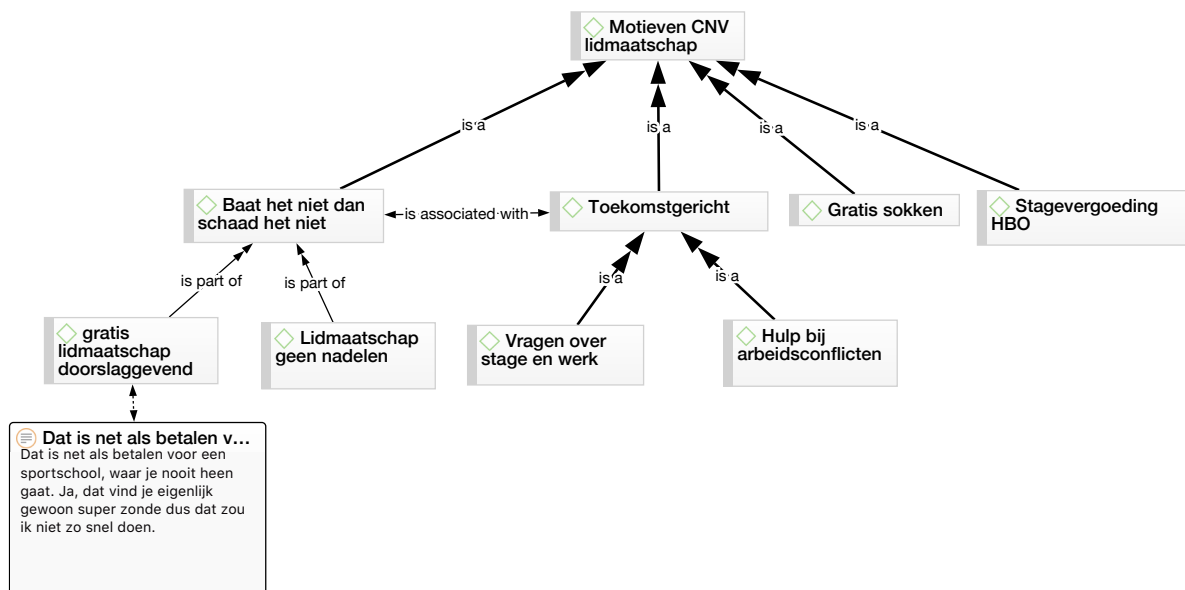
|                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |     |                                                                                    |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| <b>4.</b><br><b>Afweging voor- en nadelen</b>                                                                                                                                                                                                                             |                |     |                                                                                    |  |  |
| Als er in het voorgaande zaken zijn waarmee proefpersonen of anderen te kort kan worden gedaan, staan daar wellicht voordelen van het onderzoek tegenover (verbetering van de situatie van mensen, onderwijs-/leerdoeleinden, verdiensten e.d.). Zijn er zulke voordelen? | Ja<br><b>X</b> | Nee | Welke voordelen zijn dat?<br>In hoeverre wegen de nadelen op tegen deze voordelen? |  |  |

## Bijlage 4 - Codebomen

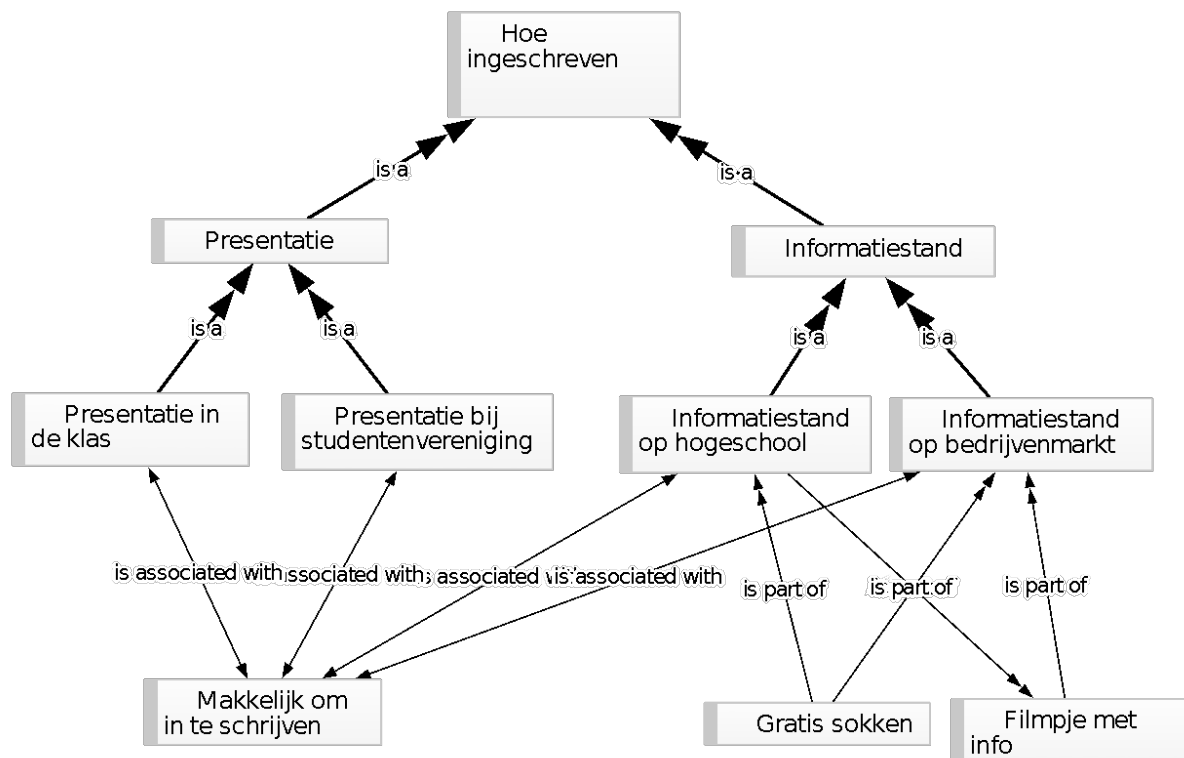
### Codeboom deelvraag 1: Kennis over CNV en diensten



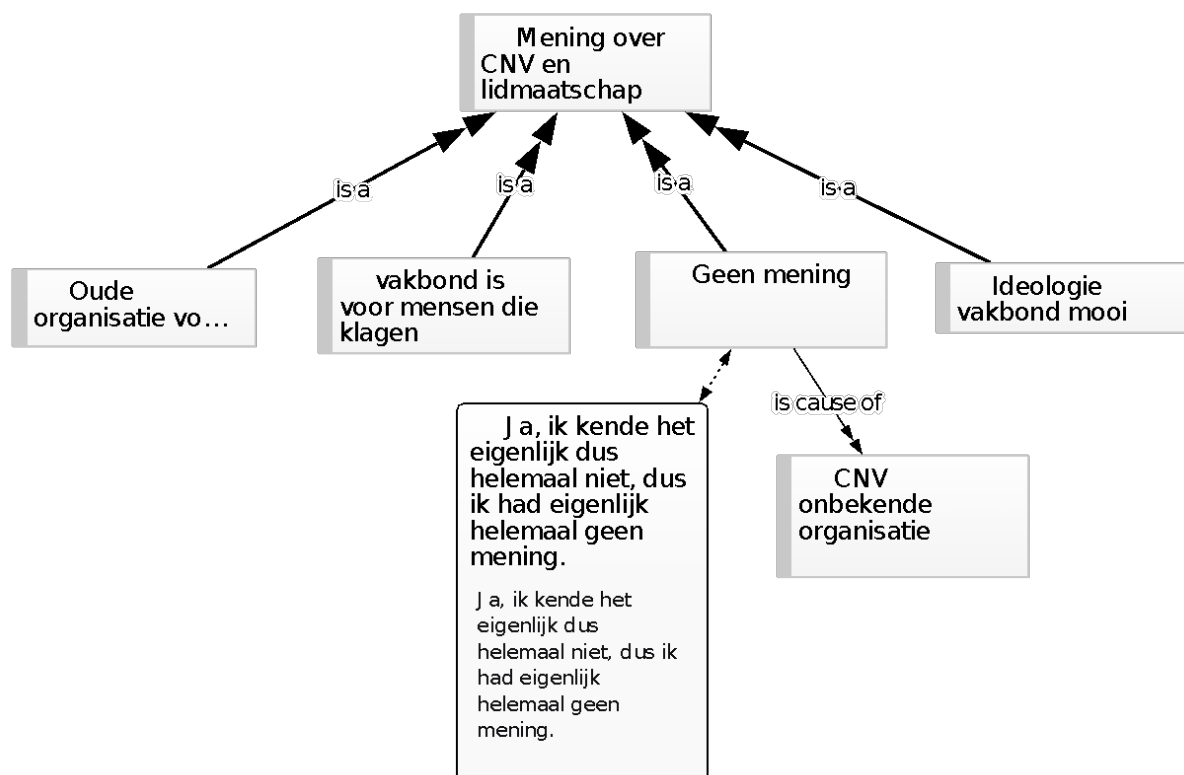
### Codeboom deelvraag 2: Motieven lidmaatschap CNV



### Codeboom deelvraag 3: Hoe ingeschreven



### Codeboom deelvraag 4: Mening over CNV en lidmaatschap



## Codeboom deelvraag 5: Invloed sociale omgeving

