

Netherlands organization
for international cooperation
in higher education



nuffic

Tussenbalans:

Interne evaluatie naar de
doeltreffendheid
en doelmatigheid van het
programma betreffende de
Netherlands Education Support
Offices

januari 2009, Den Haag

Inhoudsopgave

0.	Samenvatting	4
1.	Het evaluatieonderzoek	6
2.	Aanleiding en beleidskader van het Neso-programma	8
3.	Doeltreffendheid en doelmatigheid van het Neso-programma	10
	3.1 De kernactiviteiten en prestatie-indicatoren	10
	3.2 De inputvariabelen	11
	3.3 De procesvariabelen.	15
	3.4 De outputvariabelen	19
	3.5 Doelmatigheid	23
4.	Internationale vergelijking	26
5.	Overwegingen voor de toekomst	28
6.	Conclusies en aanbevelingen	31
	Bijlagen	34

0. Samenvatting

Het ministerie van OCW heeft de Nuffic (Nederlandse organisatie voor internationale samenwerking in het hoger onderwijs) verzocht om een programma te ontwikkelen met de *primaire doelstelling*: het vergroten en versterken van de naamsbekendheid van Nederland als kennisland in tien gekozen doellanden. Dit zogenaamde Neso-programma zal door middel van de inzet van onderwijssteunpunten (Netherlands Education Support Offices) als positioneringsinstrument en de implementatie van generieke promotieactiviteiten bijdragen aan het behalen van deze doelstelling.

De Nuffic heeft met OCW afgesproken dat in 2009 een evaluatie van het Neso-programma wordt opgeleverd. De evaluatie heeft vooral het karakter van een tussenbalans en een zelfreflectie door de Nuffic, aangezien de meeste Neso-kantoren nog niet zo lang bestaan en zij net met de uitvoering van het programma zijn begonnen.

Het Neso-programma wordt uitgevoerd conform de opdracht van OCW. Ondanks dat het opzetten van kantoren in het buitenland ingewikkelde processen zijn en die ook de nodige investeringen vereisen, is de doelstelling om uiterlijk voor 2010 in 10 doellanden Neso's op te zetten gerealiseerd. De Nuffic heeft Neso-kantoren operationeel en geopend in Indonesië, China, Taipei, Vietnam, Mexico, Zuid-Korea en Brazilië. Het Neso-kantoor in Rusland is al operationeel en wordt in februari 2009 geopend. Neso-Thailand wordt operationeel en geopend in maart 2009. In september 2008 is een Neso-desk geopend bij de Netherlands Business Support Office in Ahmedabad, India. Een tweede Neso-desk in India zal in Chennai in het voorjaar 2009 worden geopend.

Op basis van de potentie van de onderwijsmarkt kan de keuze voor de landen voor het opzetten van Neso's als een gerechtvaardigde keuze worden gezien. De Neso-landenlijst is goed geaccepteerd door de hoger onderwijsinstellingen. Het concept blijkt ook dusdanig aan te slaan dat herhaaldelijk 'nieuwe' landen worden genoemd waar een Neso zou moeten komen. De Neso-landen zijn 'marktlanden', die allen mogelijkheden hebben om te profiteren van de mobiliteit van (top)talent.

Nederland is pas recenter dan landen als de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland en Canada op de internationale hoger onderwijsmarkt actief en moet zich nog duidelijker een plek verwerven. De Neso's zijn voor versterking van de marktpositie een belangrijk instrument maar ook samenwerking met Europese partners zoals CampusFrance en de Deutscher Akademischer Austausch Dienst (DAAD) is nodig om de mondiale concurrentie aan te kunnen en met het oog op toekomstige tekorten aan toptalenten in de gehele Europese Unie. Ook een verbinding tussen onderwijs en bedrijfsleven is daarbij nodig in het streven naar een sterke kenniseconomie en tevens rekening houdend met bevolkingsdaling in de toekomst. Nauwe samenwerking in de Neso-landen tussen hoger onderwijsinstellingen, bedrijven, Netherlands Business Support Offices, ministeries, Nederlandse ambassades en de Neso's is daarvoor essentieel.

Uit recente peilingen en student surveys blijkt dat er naast overeenkomsten ook behoorlijke verschillen zijn tussen de Neso-landen. Zo is in bijvoorbeeld Taiwan voor 25-30% van de studenten en in China en Indonesië voor 20-25% van de studenten het land bepalend voor de studiekeuze. In India is dat

percentage beneden de 5%. Dat betekent dat ook de onderwijspromotie van land tot land verschillend moet zijn, hetgeen ook aangeeft dat een specifieke Neso-benadering nodig is.

De Neso's vervullen, zo blijkt uit peilingen onder buitenlandse studenten en Nederlandse instellingen, een gewaardeerde taak als intermediair tussen Nederlandse onderwijsinstellingen enerzijds en studenten en instellingen in de doellanden anderzijds. De rol van Neso's wordt voornamelijk gezien als de – promotionele – spreekbuis van de instellingen in de Neso-gebieden. Er bestaat een belangrijke interesse in meer diensten van de Neso's. Deze diensten liggen vooral op het terrein van kennisverzameling en kennisoverdracht over de doellanden. Een verbeterpunt is dat de communicatie van Neso's met de instellingen over de kennis die de Neso's over de landen opdoen dient te worden versterkt, zodat de instellingen nog meer en beter hét sterke punt van de Neso – 'promotie van Nederlandse onderwijsinstellingen in het buitenland' – kunnen benutten. Waarschijnlijk houdt dit ook verband met het feit dat – behalve wat betreft Indonesië, China en Taipei – de Neso's grotendeels nog moesten worden opgericht en hun positie moesten vinden.

De Neso's manifesteren zich op veel manieren, zoals via het verspreiden van promotiemateriaal, het neerzetten van het beeldmerk van het Nederlandse hoger onderwijs, deelname aan en/of organisatie van onderwijsfairs, pre-departure meetings voor studenten die naar Nederland voor hun studie vertrekken, het geven van presentaties op lokale onderwijsinstellingen en het onderhouden van contacten met de media. Alle Neso's besteden veel aandacht aan institutionele samenwerking. De Neso-kantoren hebben Nederlandse hoger onderwijs instellingen gefaciliteerd met matchmaking, met het voorbereiden van bezoeken van Nederlandse delegaties, met (markt)verkenning naar universiteiten in de doellanden en de totstandkoming van samenwerkingcontracten. Behalve algemene promotieactiviteiten verrichten enkele Neso's speciale activiteiten zoals het Neso-certificaat in China, dat dient ter verificatie van de authenticiteit van de overlegde diploma's en ter controle van kennis van de Engelse taal van Chinese studenten die in Nederland willen gaan studeren.

Het Neso-programma heeft wel duidelijkere prestatie-indicatoren en afspraken daarover met het ministerie van OCW. Er moet meer expliciet worden gemaakt wat de overheid en instellingen van de Nuffic-Neso's (mogen) verwachten. Een kritiekpunt in de manifestatie is dat niet altijd duidelijk is dat de Neso's een regulier onderdeel zijn van de Nuffic terwijl er bij vergelijkbare organisaties zoals CampusFrance, British Council en de DAAD in andere landen geen enkel misverstand is met betrekking tot hun kantoren in het buitenland.

Een belangrijke aanbeveling om de tien Neso-kantoren doeltreffend en doelmatig te kunnen laten functioneren, is dat het budget, mede gelet op de gestegen kosten in de doellanden, toereikend moet zijn. Het huidige budget van 3,8 miljoen euro zal verhoogd moeten worden naar 5,8 miljoen euro per jaar.

1. Het evaluatieonderzoek

De Nuffic (Nederlandse organisatie voor internationale samenwerking in het hoger onderwijs) heeft met het ministerie van OCW afgesproken dat in de eerste helft van 2009 een evaluatie van het programma betreffende de Netherlands Education Support Offices (Neso-programma) wordt opgeleverd. Het doel van deze evaluatie is het verrichten van een onderzoek naar de doeltreffendheid en doelmatigheid van het Neso-programma. Het gaat om fase 1 en fase 2 van het programma en betreft derhalve de periode 2001-2009.

Het beoogde resultaat van de interne evaluatie is een tussenbalans en kritische zelfreflectie op basis waarvan een aantal aanbevelingen wordt gedaan met betrekking tot verdere beleidsontwikkelingen binnen het programma (o.a. landenkeuze, de Neso-formule als zodanig, samenwerking met andere stakeholders), het beheer en de financiering na 2009.

Het evaluatieonderzoek beoogt antwoord te geven op de volgende vragen:

- 1) **Inputvariabelen:** heeft de Nuffic de opdracht van de het ministerie van OCW doeltreffend uitgevoerd wat betreft de opzetting van Netherlands Education Support Offices (Neso's), de landenlijst en de samenwerking met andere instituten in het buitenland?
- 2) **Procesvariabelen:** heeft de Nuffic de activiteiten en processen in het Neso-programma doeltreffend uitgevoerd conform de kernactiviteiten die zijn vastgesteld in de opdracht van het ministerie van OCW?
- 3) **Outputvariabelen:** welke resultaten heeft het Neso-programma tot dusverre opgeleverd?
- 4) **Doelmatigheid:** hoe doelmatig is het budget in verhouding tot de uitvoering van de opdracht, de activiteiten en de bereikte resultaten?

Bij de beantwoording van de evaluatievragen moet rekening worden gehouden met het feit dat de meeste Neso-kantoren nog niet zo lang bestaan en de meeste Neso's net met de uitvoering van het programma zijn begonnen. Dat heeft tot gevolg dat nog onvoldoende data beschikbaar zijn. De evaluatie heeft daarom vooral het karakter van een tussenbalans.

De informatiebronnen, die voor de evaluatie zijn gebruikt, zijn onder meer:

- de managementrapportages van de Neso's (gerelateerd aan de met OCW afgesproken kernactiviteiten);
- de verrichte audits naar afzonderlijke Neso's door controllers en de accountant;
- peilingen bij Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en buitenlandse studenten over naamsbekendheid en klanttevredenheid;
- de promotieproducten en -diensten die de Neso's en het Neso-team van de afdeling Promotie van de Nuffic hebben gemaakt;
- country education profiles van de Nuffic;
- verschillende onderzoeken, onder andere van I-Graduate en het Centre for Higher Education Development (CHE);
- trendanalyses van onder andere de OESO.

De interne evaluatie geeft allereerst naast de aanleiding ook het beleidskader van het Neso-programma

(hoofdstuk 2) weer: de beleidsdoelstelling, taken, doelgroepen en bekostigingswijze van het programma. Ook is een paragraaf gewijd aan de sturingsfilosofie van OCW en de positie van de Nuffic om de verhoudingen in Nederland helder weer te geven. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van het Neso-programma weergegeven: heeft de Nuffic de opdracht van het ministerie van OCW doeltreffend en doelmatig uitgevoerd? In hoofdstuk 4 is een beknopte internationale vergelijking opgenomen om het Neso-programma in het perspectief van andere landen en met de Nuffic vergelijkbare organisaties te plaatsen. Hoofdstuk 5 bevat een aantal beschouwingen over ontwikkelingen die van invloed (kunnen) zijn op het Neso-programma. Het gaat daarbij onder meer om de verbinding tussen onderwijs en bedrijfsleven, de Europese dimensie en financiële ontwikkelingen. Tenslotte worden in hoofdstuk 6 de conclusies en aanbevelingen vermeld.

2. Aanleiding en beleidskader van het Neso-programma

Aanleiding voor het Neso-programma

De toenemende internationalisering en globalisering van het onderwijs hebben de aandacht voor een sterke concurrentiepositie van het Nederlandse hoger onderwijs steeds belangrijker gemaakt. Nederlandse kennisproducten moeten door middel van positioneringsbeleid internationaal herkenbaar en concurrerend worden aangeboden. Talentvolle studenten dragen bij aan de verbetering van de kwaliteit van het onderwijs in Nederland. Het positioneringsbeleid kreeg in 2001 zijn beslag met het oprichten van drie Neso's (Netherlands Education Support Offices), onderwijssteunpunten, in China, Indonesië en Taiwan. Fase 1 van het Neso-programma liep van 2001 tot en met 2005. Ook het subsidieprogramma DELTA was onderdeel van het positioneringsbeleid. De DELTA subsidies konden door de hoger onderwijsinstellingen worden gebruikt voor de verstrekking van beurzen aan in het buitenland geworven betalende studenten. Het DELTA-programma bestaat inmiddels niet meer separaat en de beurzen zijn ondergebracht bij het HSP (Huygens Scholarship Programme).

In de Internationaliseringsbrief *Koers op kwaliteit* van 15 november 2004 heeft het ministerie van OCW bepaald de keuze van de Neso's te herzien en uit te breiden naar zogenaamde 'marktlanden': economische (s)tijgers, waar de vraag naar hoger onderwijs groter is dan het binnenlandse aanbod aankan.¹ De staatssecretaris van OCW schreef in zijn brief van 13 juni 2005 over de internationalisering hoger onderwijs aan de Tweede Kamer dat in het kader van een effectieve internationalisering het aantal Neso's zal worden uitgebreid tot tien in fase 2 van het Neso-programma, die loopt van 2006 tot en met 2009. Dat kwam ook tegemoet aan de hoger onderwijsinstellingen, die behoefte hadden om het beleid uit te breiden naar andere veelbelovende gebieden. Dit om een diversificatie binnen het internationaliseringbeleid door te voeren.²

Beleidsdoelstelling van het Neso-programma

Wat is de doelstelling van het Neso-programma? Het ministerie van OCW heeft de Nuffic verzocht om een programma te ontwikkelen met de *primaire doelstelling*: het vergroten en versterken van de naamsbekendheid van Nederland als kennisland in de 10 gekozen doelgebieden. Het Neso-programma zal door middel van de inzet van onderwijssteunpunten als positioneringsinstrument en de implementatie van generieke promotieactiviteiten bijdragen aan het behalen van deze doelstelling.³

De minister van OCW schrijft in de recente Internationaliseringsagenda '*Grenzeloos Goed*' van 10 november 2008 dat Nederland op termijn wijzer wordt van het aantrekken van studenten. Talentvolle

1 Brief van de staatssecretaris van OCW aan de Tweede Kamer., *Internationaliseringsbrief Koers op kwaliteit*, 15 november 2004, bijlage, p. 12

2 CHEPS, *Eindrapport Positioneringsinstrumenten (Evaluatie Neso en Delta)*, 26 juni 2003, p. 97

3 Brief Nuffic aan de Staatssecretaris van OCW, 25 oktober 2005

studenten dragen bij aan de verbetering van de kwaliteit van het onderwijs in Nederland. ⁴ Nederland zal in de mondiale concurrentiestrijd hoge ogen moeten gooien om de verdere ontwikkeling van de kenniseconomie veilig te stellen.

Taken van de Neso's

De Neso's hebben vooral tot taak de generieke promotie van het Nederlandse hoger onderwijs in het Neso-land, het voorlichten en begeleiden van buitenlandse studenten bij het zoeken naar opleidingen in Nederland, het informeren over de eisen die studeren in Nederland aan de student stelt, het bevorderen van institutionele samenwerking tussen Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en de hoger onderwijsinstellingen in het betreffende doeland (Neso-land), het doen van marktonderzoek en het geven van mediavorlichting in het Neso-land. Ook voeren de Neso's alumniactiviteiten uit in het kader van het project Holland Alumni Network, ofschoon dat nog geen structureel onderdeel is van de begroting van de Neso-kantoren. Daarnaast kunnen Neso's nog een aantal specifieke project- of programmataken hebben.

Doelgroepen van het programma

De doelgroepen van het Neso-programma zijn: buitenlandse studenten en kenniswerkers, Nederlandse studenten, Nederlandse en buitenlandse hoger onderwijsinstellingen, onderwijskoepelorganisaties in Nederland, de Nederlandse overheid en overheidsinstanties in specifieke doelgebieden en andere belanghebbende partijen. Primair richten de Neso's zich op de studenten in de doellanden, de Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en de hoger onderwijsinstellingen in de doellanden. De Nuffic hanteert de gedragscode Internationale Student in het Nederlandse hoger onderwijs (Code of Conduct) als voorwaarde in haar werkzaamheden. Alleen instellingen die de Code ondertekend hebben, kunnen gebruik maken van Neso-diensten.⁵

Bekostigingswijze

In Fase 1 van het Neso-programma bestond er een administratief complex partnerschapsmodel voor de Neso's tussen de overheid, de Nuffic en hoger onderwijsinstellingen. Dit is met ingang van 2006 vervangen door een volledige bekostiging door de overheid, in casu het ministerie van OCW.

Sturingsfilosofie

De kernboodschap in de sturingsfilosofie in het perspectief van de internationalisering van het hoger onderwijs van de minister van OCW is dat instellingen, studenten en onderzoekers, autonoom zijn, ook op het gebied van internationalisering. Het is aan hen om ook hun eigen visie, plannen en ambities te formuleren. Hogescholen, universiteiten en onderzoeksinstituten bepalen zelf met welke instellingen in het buitenland zij gaan samenwerken. Studenten en onderzoekers moeten meer de ruimte krijgen om hun eigen keuzes te maken ten aanzien van de voortzetting van hun opleiding of onderzoek. De taak van de overheid is om de door de studenten, onderzoekers en instellingen gemaakte keuzes te stimuleren en faciliteren.⁶ De Nuffic fungeert als intermediaire organisatie op het gebied van internationale samenwerking in het hoger onderwijs tussen enerzijds de overheid en anderzijds de instellingen, studenten en onderzoekers.

4 *Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed, 10 november 2008, p. 6*

5 www.nuffic.nl/nederlandse-organisaties/informatie/internationaliseringsbeleid/gedragscode-code-of-conduct

6 *Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed, 10 november 2008, p. 2*

3. Doeltreffendheid en doelmatigheid van het Neso-programma

3.1 De kernactiviteiten en prestatie-indicatoren

De kernactiviteiten:

1. Generieke promotie "Study in Holland"
2. Institutionele samenwerking
3. Marktonderzoek en marktanalyse
4. Mediavoorlichting en -communicatie
5. Advisering en beheer van specifieke programma's en projecten
6. Corporate communication
7. Management Neso-programma

De kernactiviteiten zijn bij de start van fase 2 van het Neso-programma niet voldoende vertaald naar SMART (specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdsgebonden) geformuleerde doelstellingen met daarbij concrete prestatie-indicatoren in termen van de kwaliteit, kwantiteit en focus van bijvoorbeeld de te werven studenten, de op te bouwen samenwerkingsrelaties of de mate van effect van generieke promotie van Nederland als kennisland. Daarbij zij opgemerkt dat het ook lastig is om een prestatie-indicator concreet en meetbaar te formuleren, aangezien vele omstandigheden en ontwikkelingen van invloed kunnen zijn op het aantal studenten uit een Neso-land dat in Nederland gaat studeren.

Om de evaluatie desalniettemin hanteerbaar te maken en de toetsing van de kernactiviteiten te gebruiken, kan de opdracht van het ministerie van OCW worden opgedeeld in drie typen variabelen:

- 1) De inputvariabelen, waarbij het gaat om de realisatie van de input (het opzetten van kantoren, de landenlijst en de samenwerking met Nederlandse vertegenwoordigingen) zodat het Neso-programma een fundament heeft om te kunnen functioneren (zie paragraaf 3.2).
- 2) De procesvariabelen, waarbij het gaat om processen en activiteiten (generieke promotie, marktonderzoek en marktanalyse, mediavoorlichting en -communicatie, advisering en beheer van specifieke programma's en projecten, en corporate communication) die tot resultaten moeten leiden (zie paragraaf 3.3).
- 3) De outputvariabelen, waarbij het gaat om de resultaten die zich vooral uiten in de kwantiteit en kwaliteit van studenten die in Nederland gaan studeren, de samenwerking die is opgezet tussen hoger onderwijsinstellingen uit Nederland met die uit een Neso-land, en de naamsbekendheid van en tevredenheid over Neso's onder buitenlandse studenten en Nederlandse hoger onderwijsinstellingen (zie paragraaf 3.4).

Deze drie variabelen en toetsing aan daarbij behorende ijkpunten geven indicatief weer hoe het met de *doeltreffendheid* van de input, processen, activiteiten en output van het Neso-programma is gesteld.

De toetsing van de kernactiviteit 'management van het Neso-programma' zal vooral inzicht geven over de *doelmatigheid* waarmee het programma wordt uitgevoerd en verder uitgevoerd kan worden. Dit komt in paragraaf 3.5 aan de orde.

3.2 De inputvariabelen

Inputvariabelen: heeft de Nuffic de opdracht van de het ministerie van OCW doeltreffend uitgevoerd wat betreft de opzetting van Neso-kantoren, de uitwerking van de landenlijst, en de samenwerking met vertegenwoordigingen in het buitenland?

De ijkpunten:

- 1) De Nuffic kreeg van het ministerie van OCW de opdracht voor fase 2 van het Neso-programma om de huidige kantoren in Indonesië, China en Taipei te consolideren en het programma met 7 nieuwe kantoren in 7 nieuwe doellanden uit te breiden.
- 2) In de Internationaliseringsbrief 'Koers op kwaliteit'⁷ heeft het ministerie van OCW bepaald de keuze van de Neso's te herzien en uit te breiden. Gezien de marktpotentie en de mate waarin andere Nederlandse sectoren zich al op de markten in landen als Brazilië, China, India, Indonesië, Maleisië, Mexico, Rusland, Taiwan, Thailand en Vietnam manifesteren werd een vertegenwoordiging van het Nederlandse hoger onderwijs in deze landen verantwoord geacht.
- 3) In de internationaliseringsbrief 'Koers op kwaliteit' stond vermeld dat de Neso's zoveel mogelijk dienen aan te haken bij bestaande officiële vertegenwoordigingen.⁸

Consolidatie van bestaande en het opzetten van nieuwe kantoren

Een standaard Neso-kantoor bestaat uit een directeur (in dienst van de Nuffic) en in ieder geval een drietal lokaal ingehuurd personeelsleden: een office manager, een education promotion officer en een student counsellor (zie het organogram in bijlage 1).

Het Neso-programma is en wordt uitgevoerd conform het plan Neso Programma fase 1 en fase 2 zoals afgesproken met het ministerie van OCW. Van de tien landen op de Neso landenlijst heeft de Nuffic tot op heden Neso-kantoren operationeel in Indonesië, China, Taiwan, Vietnam, Mexico, Zuid-Korea, Rusland, India en Brazilië.

De kantoren in Indonesië, China en Taipei waren in fase 1 al gerealiseerd. Op basis van een kosten-batenanalyse van de Nuffic is in 2005 besloten om de pilot-Neso (genaamd Nedudesk) in Hongkong te beëindigen. De Nedudesk in Hongkong is eind 2005 afgebouwd en de taken van Nedudesk zijn overgenomen door Neso China.

De kantoren in Vietnam en Mexico waren de eerste kantoren van het Neso-programma fase 2. Daarna zijn de Neso-/Study-in-Holland-desk in Ahmedabad en de Neso's in Zuid-Korea en Brazilië erbij gekomen. Neso Rusland is inmiddels ook al circa een jaar operationeel maar moest wachten op de formele juridische vestigingsvergunning. Deze is inmiddels verleend, zodat het kantoor in februari 2009 kan worden geopend.

⁷ Brief van de staatssecretaris van OCW aan de Tweede Kamer., Internationaliseringsbrief Koers op kwaliteit, 15-11-2004, bijlage, p. 12

⁸ Brief van de staatssecretaris van OCW aan de Tweede Kamer., Internationaliseringsbrief Koers op kwaliteit, 15-11-2004, bijlage,

Op de aanvankelijke landenlijst is Maleisië vervangen door Zuid-Korea. Na aanvullend onderzoek en advies van de Nuffic aan het ministerie van OCW is begin 2008 besloten geen Neso in Maleisië maar in Zuid-Korea te openen. Zuid-Korea blijkt vooral interessant voor institutionele samenwerking en vanwege de vergevorderde technologische onderzoeken. Verder heeft Zuid-Korea een grote markt zelfbetalende studenten. Het welvaartsniveau laat toe dat voor velen een studie in het buitenland gangbaar is.

In India is er vertraging opgetreden ten opzichte van het aanvankelijke streven om al in 2005 een begin te maken met een Neso-kantoor. Momenteel is er Neso-/Study-in-Holland desk in Ahmedabad en is er een soortgelijke desk gepland in Chennai, die naar verwachting in het voorjaar van 2009 zal worden geopend.

Wat betreft Thailand hebben de Thaise autoriteiten in december 2008 de registratie van het Neso-kantoor te Bangkok goedgekeurd. Door de instabiele situatie in Bangkok eind 2008 is de opening uitgesteld. De formele opening staat nu gepland voor maart 2009.

Fasering operationalisatie en opening van Neso-kantoren		
Neso	Jaar en maand van opening	Al operationele activiteiten?
Neso Indonesië www.nesoindonesia.com	Geopend in 1996 als Netherlands Education Centre (NEC) in Jakarta. In mei 2007 werd NEC officieel Neso. Er is ook een vestiging in Surabaya	Ja
CSCSE ⁹ -Neso China www.nesochina.org	Geopend in juni 2001 in Beijing	Ja
Neso Taipei www.nesotapei.com	Geopend in 2001 in Taipei bij het Netherlands Trade and Investment Office (NTIO)	Ja
Neso Vietnam www.nesovietnam.com	Geopend in februari in 2006 Ho Chi Minh City	Ja
Neso Mexico www.nesomexico.org	Geopend in februari 2007 in Mexico City	Ja
Neso/Study-in-Holland Desk India	Neso-desk geopend in september 2008 in Ahmedabad Neso-desk te openen in Chennai, gepland in maart/april 2009	Ja, behalve in Chennai
Neso Zuid-Korea www.nesokorea.org	Geopend in oktober 2008 in Seoul	Ja
Neso Brazilië www.nesobrazil.org	Geopend in december 2008 in Brasilia	Ja
Neso Rusland www.nesorussia.org	Geplande opening in Moskou, februari 2009	Ja
Neso Thailand www.neso thailand.org	Geplande opening in Bangkok, maart 2009	Nee

Verantwoording van de landenlijst

De ontwikkelingen in bijlage 2 laten zien dat de keuze om Neso's in de doellanden Indonesië, China, Taiwan, Vietnam, Mexico, Rusland, Zuid-Korea, India, Brazilië en Thailand in grote lijnen nog steeds een goede keuze is, ook voor de komende jaren.

Ook het onderzoek 'Analysing the Future Market – Target Countries for German HEIs' van het Duitse Centre for Higher Education Development toont aan dat Brazilië, China, India, Indonesië, Rusland, Thailand en Vietnam relevante landen zijn voor onderwijspromotie en studentenwerving vooral vanwege de gemiddeld jonge leeftijd van de bevolking en het grote aantal (potentiële) studenten dat in het buitenland wil studeren.¹⁰ Mexico, Taiwan en Zuid-Korea maakten geen deel uit van dit onderzoek.

Nieuwe Neso-landen die vooral vanuit Nederlandse instellingen van tijd tot tijd worden genoemd zijn: Saoedi-Arabië, Oman, Verenigde Arabische Emiraten, Turkije, Argentinië, Chili, Egypte en nieuwe EU-landen.¹¹ In fase 1 is ook nog sprake geweest van een Neso in Zuid-Afrika, maar uit signalen van de Zuid-Afrikaanse overheid bleek dat niet wenselijk te zijn. Vooral met betrekking tot de Golfregio komt de laatste jaren regelmatig de roep om een Neso(desk), in het bijzonder van instellingen die daar al actief zijn. Een mogelijkheid zou een Neso-/Study-in-Holland desk bij een nog op te richten NBSO voor de Golfregio zijn. De activiteiten en de aard van de regio vereisen een andere aanpak en het is de vraag of een zelfstandig Neso-kantoor in de Golfregio de juiste oplossing is.¹²

Aanhaken bij bestaande Nederlandse vertegenwoordigingen

Per brief van 25 oktober 2005 heeft de Nuffic de toenmalige staatssecretaris van OCW bericht dat naar aanleiding van overleg met het ministerie van Buitenlandse Zaken dat aansluiting van Neso-kantoren met ambassades en consulaten niet mogelijk bleek. Wel bieden de ambassades vooral in de opstartfase een belangrijke faciliterende rol bij onder andere het verkrijgen van de vestigingsvergunning, het zoeken naar geschikte panden en advisering omtrent de inhuur van lokaal personeel.

Wat betreft andere vertegenwoordigingen zijn voor de Nuffic vooral de Nederlandse Instituten in het buitenland en de Netherlands Business Support Offices (NBSO's) van belang. De Nuffic ondersteunt de Nederlandse vertegenwoordigingen in het buitenland onder andere met materiaalvoorziening voor de generieke promotie van het Nederlands hoger onderwijs. De NBSO-kantoren zijn speciaal opgezet door de ministeries van Buitenlandse Zaken en Economische Zaken (de EVD) om Nederlandse bedrijven te ondersteunen bij hun activiteiten op markten die als omvangrijk en veelbelovend zijn aan te merken.¹³ De

9 CSCSE = Chinese Service Center for Scholarly Exchange

10 CEH, *Analysing the Future Market – Target Countries for German HEIs*, Working Paper No. 107, mei 2008

11 Brainjuicer, *Klant tevredenheid Nuffic Neso*, januari 2009

12 *Uit een missie van de Nuffic en een tiental hoger onderwijsinstellingen, die deels aansloot bij de missie van de minister van Economische Zaken, naar de Golfregio van 12 t/m 21 oktober 2008 kan worden geconcludeerd dat er wel bepaalde mogelijkheden liggen: studentenwerving in Saoedi-Arabië, capaciteitsopbouw in Oman, onderzoekssamenwerking met Qatar, en off shore activiteiten in de Verenigde Arabische Emiraten.*

13 *De NBSO's hebben geen diplomatieke status, maar richten zich uitsluitend op de Nederlandse handels- en investeringsbevordering. Op dit moment zijn er 18 NBSO's in 11 landen: Brazilië, China, Duitsland, Mexico, India, Verenigde Staten, Frankrijk, Polen, Rusland, Roemenië en Turkije. Daarnaast is er nog een Netherlands Trade & Investment Office (NTIO) in Taipei.*

Nuffic en de EVD hebben voor de inrichting van zogenaamde Neso-desks zoals in India en Taipei een overeenkomst met elkaar gesloten. De Nuffic sluit ook overeenkomsten met het Nederlands Centrum voor Handelsbevordering (NCH) en de Stichting ter Bevordering van de Uitvoer (SBU). Het NCH doet het beheer van de NBSO's. De SBU doet dat voor het NTIO in Taipei.

Voorts vindt afstemming plaats tussen de Nuffic en de Nederlandse instituten in het buitenland die als doel hebben om samenwerking op gebied van onderzoek, wetenschap en onderwijs te bevorderen.¹⁴ De Nuffic biedt ondersteuning aan deze instituten met materiaalvoorziening voor de generieke promotie van het Nederlands hoger onderwijs met als doel de verdere uniformering van de promotie van het Nederlandse hoger onderwijs in het buitenland. In 2008 heeft de Nuffic ook een training aangeboden op het gebied van onderwijspromotie. Daarvan maakte een deel van de instituten gebruik.

Reflectie op de inputvariabelen

Op basis van de potentie van de onderwijsmarkt en op basis van strategische, politieke en economische overwegingen kan de keuze voor de landen voor het opzetten van Neso's als een gerechtvaardigde keuze worden gezien. De Neso-landen zijn zogenaamde 'marktlanden', die allen mogelijkheden hebben om te profiteren van de mobiliteit van (top)talent. Het betreft onder meer ook de zogenaamde BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India en China). Soms wordt daar ook nog Mexico aan toegevoegd. Deze landen ontwikkelen zich zeer snel en beweerd wordt dat zij rond het jaar 2050 de meeste van de huidige rijkste landen van de wereld zullen hebben ingehaald.

In plaats van het opzetten van een eigenstandige Neso kan bijvoorbeeld in een pilot fase ook worden aangesloten bij een NBSO. Te meer, daar het voor het opzetten van een Neso vele zaken moeten worden gedaan zoals het zoeken naar een pand, inhuur van lokaal personeel, vestigingsvergunning en de administratieve organisatie.

Behalve in de Neso-landen zelf wil de Nuffic vanuit de Neso-kantoren door middel van Study in Holland activiteiten de landen in de omringende regio eveneens gaan benaderen om het Nederlandse hoger onderwijs te promoten. Een voorbeeld hiervan is de regio rondom Thailand waarin landen als Singapore en Maleisië kunnen worden meegenomen in promotieactiviteiten. De Neso's in Mexico en Brazilië kunnen deze functie vervullen voor landen in Latijns-Amerika zoals Chili, Argentinië en Columbia. De regiofunctie zal vooral na 2009 gestalte krijgen.

14 Voorbeelden van dergelijke Nederlandse instituten in het buitenland (zie: www.vu.nl/nl/studenten/internationaal/nederlandse-instituten-in-het-buitenland/index.asp; www.ru.nl/io/internationale/nederlandse/):

- Nederlands Instituut in Athene (NIA), Griekenland
- Nederlands Instituut in Turkije (NIT) te Istanbul
- Nederlands Instituut voor Hoger Onderwijs in Ankara (NIHA), Turkije
- Nederlands Instituut in Rusland te Sint Petersburg (NIP)
- Nederlands Interuniversitair Kunsthistorisch Instituut in Florence, Italië
- Nederlands Instituut in Rome (NIR), Italië
- Nederlands Instituut Madrid (NIM), Spanje
- Nederlands-Vlaams Instituut in Egypte te Cairo
- Nederlands Instituut in Marokko (NIMAR) te Rabat
- Netherlands Institute for Academic Studies in Damascus (NIASD)
- Japan-Nederland Instituut (JNI) te Tokyo

3.3 De procesvariabelen

Procesvariabelen: heeft de Nuffic de activiteiten en processen in het Neso-programma doeltreffend uitgevoerd conform de kernactiviteiten die zijn vastgelegd in de afspraken met het ministerie van OCW?

De ijkpunten:

- 1) Generieke promotie "Study in Holland"
- 2) Marktonderzoek en marktanalyse
- 3) Mediavorlichting en -communicatie
- 4) Advisering en beheer van specifieke programma's en projecten
- 5) Corporate communication

Generieke promotie Study in Holland

Eén van de belangrijkste doelstellingen van de Neso-kantoren is de naamsverbreiding, herkenning en reputatie van Nederland als een kennisland en studieland te bevorderen. De basis daarvoor is mede de Study-in-Holland campagne.¹⁵ Om dit te bereiken verrichten de Neso's de volgende activiteiten:

- ontwikkeling en verspreiding van fysiek *promotiemateriaal* (brochures, leaflets, flyers, gadgets), mede met behulp van het beeldmerk.
- lancering van (nieuwe) *Neso-websites*, die een belangrijk informatiekanaal voor studenten zijn.
- deelname aan *instroomfairs* en in sommige gevallen organiseren Neso's ook Holland Education Fairs of organiseren mede European Higher Education Fairs (EHEFs) in het land waarin zij zijn gevestigd.
- het geven van *presentaties en seminars* om Study in Holland te promoten.
- *adverteren*: waarbij vooral digitaal adverteren de voorkeur heeft maar kranten en bladen zijn eveneens belangrijk. De beste adverteermethode hangt zeer af van het Neso-land.
- *informatie en voorlichting (student counseling)*: aankomende studenten van informatie voorzien over studeren in Nederland. Voorlichting geven in onder andere pre-departure meetings voordat de studenten naar Nederland vertrekken.
- *alumni*: uiteenlopende activiteiten worden georganiseerd om te profiteren van het belang van de relaties met de alumni. Een kernactiviteit is het oprichten en stimuleren van Nederlandse alumni organisaties en netwerken in de Neso-landen.

De Study in Holland-promotie door de Nuffic maakt al sinds jaren het internationale onderwijsaanbod van Nederlandse instellingen wereldwijd zichtbaar. Uitgebreid onderzoek naar de positie van Nederland op de internationale onderwijsmarkt wijst uit dat Nederland als studieland nog onvoldoende op de kaart staat. Ook is de kwaliteit van het Nederlands hoger onderwijs nog onvoldoende bekend, net als het grote aanbod Engelstalige opleidingen. Het nieuwe beeldmerk biedt de mogelijkheid om het Nederlands hoger onderwijs duidelijker te profileren in het buitenland. Daarbij spelen ook de Neso's een grote rol. Ter plaatse brengen zij het aanbod van het Nederlands hoger onderwijs onder de aandacht. Het nieuwe beeldmerk maakt prominent deel uit van alle uitingen in de Study in Holland-promotie door de Neso's.¹⁶

Het aantal bezoekers op de websites van de Neso's en het aantal studenten dat voorlichting krijgt in het

¹⁵ www.studyin.nl (en vanaf voorjaar 2009 ook: www.studyinholland.nl)

¹⁶ www.nuffic.nl/nederlandse-organisaties/services/onderwijspromotie/branding-nederlands-hoger-onderwijs/een-beeldmerk-voor-het-nederlands-hoger-onderwijs

kantoor, per telefoon en/of per email is aanzienlijk. De deelname van Neso's aan onderwijsfairs in het doeland stijgt ook elk jaar. Zie bijlage 3 (tabellen 1, 2 en 3) voor indicatieve overzichten van de aantallen.

Marktonderzoek en marktanalyse

De Nuffic actualiseert alle Country Education Profiles (CEPs) over de Neso-landen. Een CEP bevat algemene informatie over een land (socio-economische, politieke en culturele data) en een omschrijving van het onderwijssysteem. Daarnaast wordt in een CEP gekeken naar economische trends en recente ontwikkelingen in het onderwijsbeleid van het doeland en hoe deze invloed hebben op de internationale samenwerking in het hoger onderwijs en de 'study abroad' markt. De CEP biedt inzicht in mogelijke marktkansen voor het Nederlands hoger onderwijs voor het aantrekken van talentvolle studenten en onderwijssamenwerking.

De CEPs Indonesië, Mexico, China, Taiwan en Rusland zijn in 2008 geactualiseerd. De overige Neso-CEPs volgen in 2009. De CEPs worden op de Nuffic-website gepubliceerd voor het gebruik door Nederlandse hoger onderwijsinstellingen. De vernieuwde CEPs en de resultaten van de student surveys kunnen helpen om de generieke promotie activiteiten nog doelgerichter te maken. De CEPs, die vooral op basis van informatie van de Neso's tot stand komen, zijn vooral nuttig voor de hoger onderwijsinstellingen die nog niet zo bekend zijn met een bepaald land.

De Neso's hebben student surveys uitgevoerd: Neso Indonesië heeft 1.181 surveys gehouden, Neso Taipei 990, Neso Mexico 703, Neso Vietnam 377, Neso China 347 en Neso Rusland 65. De Neso Student Survey is een flexibele onderzoekstool die bestaat uit multi usage vragenlijsten (papieren vragenlijsten), een data entry database (Access), en statistische software (STATISTICA). Met de Neso Student Survey kunnen Neso-kantoren zelf onderzoek verrichten en informatie genereren over de studenten waar ze mee werken. Het doel van de Neso Student Surveys is om inzicht te bieden in het studiekeuzeproces van potentiële internationale studenten en het imago van Nederland.

Mediavoorklichting

Het Neso-programma en generieke promotie-activiteiten worden regelmatig onder de aandacht van de media in de Neso-landen gebracht. De Neso's maken vooral gebruik van "free publicity", persberichten en digitale media (zie ook bijlage 2).

Advisering en beheer van specifieke programma's en projecten

Behalve de algemene promotieactiviteiten hebben enkele Neso-kantoren speciale activiteiten, zoals:

- Het Neso-certificaat wordt door Neso China afgegeven ter verificatie van de authenticiteit van de overlegde diploma's en ter controle van de kennis van de Engelse taal van Chinese studenten die in Nederland willen gaan studeren. Het totale aantal aanvragen voor Neso certificaten in 2008 was op 8 september 2008 2.555, waarvan 2.125 waren afgehandeld (83% van de aanvragen). Dat is een stijging van 28% in vergelijking met dezelfde periode in 2007. Dit Neso-certificaat wordt alleen in China gebruikt en zal ook de komende jaren daar worden voortgezet. Vooral vanwege het Neso-certificaat is Neso China qua personeelsleden een groter kantoor dan een standaard-Nesokantoor.
- Neso Indonesië beheert het StuNed programma namens het ministerie van Buitenlandse Zaken. Het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft in 2008 opdracht tot evaluatie van dit programma gegeven. Vooral vanwege StuNed is Neso Indonesië qua personeelsleden een groter kantoor dan een standaard-

Nesokantoor.

- Neso Taipei beheert het Y.C.Lo scholarship programma namens Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en sponsors uit het bedrijfsleven.
- Neso-kantoren leveren op ad hoc basis specifieke diensten op verzoek van Nederlandse hoger onderwijsinstellingen. Zo heeft Neso Zuid-Korea op verzoek van Nederlandse universiteiten ondersteund bij vertalingen en het drukken van hun promotiematerialen voor een instroomfair in Zuid-Korea in oktober 2008. Neso Mexico heeft op verzoek van hoger onderwijsinstellingen geholpen met het maken van afspraken met Mexicaanse universiteiten. Neso Vietnam heeft leden van de Vietnamese Community Colleges geholpen met hun bezoek naar Nederland. Neso Brazilië werkt samen met CAPES¹⁷ bij een 'Call for Proposals' waarop hoger onderwijsinstellingen aan beide zijden zich kunnen inschrijven voor het opzetten van samenwerkingsprojecten.

Corporate communication

De Neso's krijgen zelf de technische middelen om, na toestemming van het hoofdkantoor van de Nuffic, binnen de geldende huisstijl hun eigen communicatiemiddelen te ontwerpen. De activiteiten op het gebied van corporate communication verschillen per land gebaseerd op de mogelijkheden en behoeften ter plaatse. De Neso's ontwikkelen doelgerichte publicaties, veelal in de nationale taal van het Neso-land. De Neso's volgen bij het lokaal uitgeven van de brochures de huisstijl van de Nuffic maar dan in de taal van het betreffende land. De Nuffic heeft in 2008 een corporate Nuffic-Neso Engelstalige brochure uitgebracht, die in 2009 wordt geactualiseerd.

Uit Neso student surveys blijkt dat in Taiwan het Neso-kantoor goed bekend is. In de overige Neso-landen weten studenten een aantal zaken over Neso, die ze meestal te weten komen via internet browsing, websites van buitenlandse universiteiten en onderwijsbeurzen. De bekendheid van Neso kan echter nog verder worden vergroot in de Neso-landen. Zie verder paragraaf 3.4.

Reflectie op de procesvariabelen

De Neso's, en deels ook via hen de hoger onderwijsinstellingen, manifesteren zich op veel manieren, zoals door de verspreiding van promotiemateriaal, via deelname aan en/of organisatie van onderwijsbeurzen, de organisatie van pre-departure meetings voor studenten die naar Nederland voor hun studie vertrekken, het geven van presentaties op lokale onderwijsinstellingen, het onderhouden van contacten met de media, concrete matchmaking tussen onderwijsinstellingen, etc. Uit eerder onderzoek (CHEPS) is gebleken dat in de doellanden de generieke promotie van Nederland als kennisland goed in gang is gezet.¹⁸ Er zijn geen aanwijzingen dat dat nu niet meer het geval zou zijn.

De OESO constateert dat Nederland geen grote bekendheid als hoger onderwijsland geniet.¹⁹ Positionering, promotie, marketing en reputatiemanagement is een relatief nieuwe taak voor de meeste hoger onderwijsinstellingen. Maar door de toenemende concurrentie, de invloed van internationale

¹⁷ *Fundacao Coordenacao de Aperfeicoamento de Pessoal de Nivel Superior (CAPES), Brazilian Ministry of Education.*

¹⁸ *CHEPS, Eindrapport Positioneringsinstrumenten (Evaluatie Neso en Delta), 26 juni 2003, p. 102*

¹⁹ *In een enquête onder Nederlandse studenten in het buitenland gaf bijna 60% het hoger niveau van het hoger onderwijs als reden aan om naar het buitenland te gaan. Bij slechts 20% kwam deze verwachting daadwerkelijk uit. Zie: NEWS onderzoek 2008; De Nederlandse student in het buitenland. Achtergrond, motivatie, toekomstplannen.*

ranglijsten en de vergroting van het speelveld zijn branding, promotie en marketing onderdeel geworden van het strategische beleid van vele instellingen.²⁰ Complementariteit en intensivering van samenwerking tussen de Nuffic, die zich met Study-in-Holland en de uitrol van het beeldmerk inzet voor de generieke onderwijspromotie wereldwijd en met het Neso-programma inzoomt op 10 doellanden, en de hoger onderwijsinstellingen die concreet opleidingen hebben aan te bieden en die in de onderwijsmarkt zetten, is daarbij steeds noodzakelijker.

Uit de Neso student surveys blijkt dat een groot aantal studenten in alle Neso-landen serieus overwegen een studie in het buitenland te volgen. Volgens deze surveys is het genieten van onderwijs van betere kwaliteit de belangrijkste reden voor studenten om in het buitenland te studeren. Volgens een recent onderzoek van I-Graduate percipiëren (aankomende) studenten uit China, Indonesië, India, Vietnam, Rusland en Mexico als aantrekkelijke kenmerken van Nederland: 'good quality of living', 'high quality of education', 'safe and secure country' en 'friendly people'. Het verbreden van 'view on life/the world', de interesse in andere culturen en het verkrijgen van international ervaring zijn ook belangrijke redenen. Nederland wordt als zwakker gepercipieerd waar het gaat om: 'flexibele visa procedures', 'multicultural' en 'English taught courses'.²¹

De aspecten bij het kiezen van studie in het buitenland verschillen per land. Studenten beginnen daar in elk land op een ander moment over na te denken. In Indonesië vrij vroeg, tijdens de eerste jaren van de middelbare school. In Taiwan vrij laat, tijdens de laatste jaren van universiteit en na afstuderen, terwijl in China studenten er constanter mee bezig zijn, vanaf de middelbare school tot na het afstuderen. In Indonesië spelen financiële aspecten ook een grote rol. In Taiwan ook, maar studenten kijken ook naar de reputatie van een land en de aanbevelingen die zij van docenten, mentoren en decanen krijgen. De reputatie van academische graden zijn ook belangrijk voor studenten bij het kiezen van een bestemmingsland. In India speelt het bestemmingsland, volgens een onderzoek van I-Graduate, minder een rol dan in andere Neso-landen. In Mexico kan nog winst worden geboekt in de bekendheid van Nederland en Study-in-Holland.²² Deze verschillen tussen de landen waar een Neso is gevestigd ondersteunen de gecombineerde aanpak van generieke promotie en promotie-op-maat in het doelland.

Tenslotte is, zoals ook I-Graduate zich afvroeg in het kader van 'Measuring the brand awareness of Dutch Higher Education Abroad'²³, een met regelmaat gehoorde opmerking dat niet duidelijk is dat de Neso's onderdeel zijn van de Nuffic. Bij vergelijkbare organisaties in andere landen zoals CampusFrance, British Council en de DAAD is er geen enkele misverstand is met betrekking tot hun kantoren in het buitenland. Gelet op het feit dat de Nuffic bij Europese partnerorganisaties en onder buitenlandse studenten een

20 "The global standing of Dutch universities is not a product of marketing. The institutions are modest in promoting themselves internationally as institutions, although some individual academic units and research groups are effective. Rather this global standing has been earned solely by substantial achievements. Dutch research quality is often outstanding and in reputation Dutch universities are only short of the peak of universities worldwide in the USA and UK. Here the longstanding Dutch commitment to excellence in research and scholarship has paid global dividends. Further, Bologna compliance is ahead of most of Europe, as are English language skills. All of these factors create strategic advantages on the global scale" (p.60).

21 I-Graduate, Measuring the brand awareness of Dutch higher education abroad, November 2008

22 I-Graduate, Measuring the brand awareness of Dutch higher education abroad, November 2008

23 Presentatie I-Graduate (N. Ripmeester) voor de Nuffic d.d. 25-11-2008, Measuring the brand awareness of Dutch Higher Education Abroad

bekende naam en goede reputatie heeft, moet de corporate communicatie van de Neso's met behulp van de Nuffic naam worden versterkt.

3.4 De outputvariabelen

Outputvariabelen: welke resultaten heeft het Neso-programma tot dusverre opgeleverd?

De ijkpunten:

- 1) De instroom van studenten uit een Neso-land naar Nederland.
- 2) De institutionele samenwerking tussen Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en hoger onderwijsinstellingen in een Neso-land.
- 3) Peiling inzake naamsbekendheid en klanttevredenheid onder buitenlandse studenten.
- 4) Peiling inzake naamsbekendheid en klanttevredenheid onder Nederlandse hoger onderwijsinstellingen.

Instroom van studenten

Een indicatie van de resultaten van het Neso-programma kan vooral worden gevonden in de instroom van studenten uit een Neso-land naar Nederland: zie bijlage 4, tabel 4. De Nuffic is niet direct verantwoordelijk voor de toestroom van buitenlandse studenten vanuit de Neso-landen naar Nederland, maar wel voor het genereren van naamsbekendheid van het Nederlandse hoger onderwijs in het buitenland en kan door middel van promotieactiviteiten bijdragen aan een toename van het aantal en de kwaliteit van studenten uit een Neso-land die in Nederland gaan studeren. Dat past ook bij het werktipe 'promotie'.

In de landen Indonesië, Taiwan en Mexico waar al langer of een paar jaar een Neso bestaat is er jaarlijks een stijging te constateren van het aantal studenten dat in Nederland gaat studeren. Ook voor Rusland, waarin een Neso ongeveer een jaar operationeel is, geldt dat. Echter, ook in landen waar een Neso in oprichting is (Thailand) of pas recentelijk een Neso is gevestigd is (Zuid-Korea, Brazilië) is er een soortgelijke trend. Daling van het aantal studenten is te constateren uit China. De taaleisen conform de Gedragscode internationale student in het Nederlandse hoger onderwijs, die op 1 mei 2006 is ingevoerd²⁴, en de invoering van de Neso-certificaat in China sinds 1 februari 2004 hebben waarschijnlijk een impact op de studentenaantallen. Het accent ligt nu meer op kwaliteit in plaats van kwantiteit. De Inspectie van het Onderwijs constateert dat de na de invoering van het Neso-certificaat in China de problemen met betrekking tot de taalbeheersing en de authenticiteit van documenten bij de Chinese studenten zijn verminderd.²⁵ De tabel in bijlage 4 laat ook een daling de laatste jaren zien van het aantal studenten uit Vietnam in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. Echter, volgens recente informatie vanuit de IND aan Neso Vietnam is er – kijkend naar de verblijfsvergunningen – na een daling weer sprake van een lichte stijging in 2008 van Vietnamese studenten die in Nederland gaan studeren.²⁶

Uit de student surveys blijkt dat de Neso's het meest in contact zijn met undergraduate studenten die op zoek zijn naar masteropleidingen in het buitenland. Economie, business & management, engineering and technologie zijn populaire studiegebieden net als taal, arts en design.

²⁴ www.internationalstudy.nl

²⁵ Inspectie van het Onderwijs. *Buitenlandse studenten in het hoger onderwijs (Risico's bij werving en toelating)*, 2008, p. 23

²⁶ Informatie van de IND aan Neso Vietnam, januari 2009

Institutionele samenwerking

De Neso's besteden veel aandacht aan institutionele samenwerking. Dat geldt vooral voor de al wat langer bestaande Neso's in China, Indonesië, Taipei en Vietnam. In Mexico loopt de institutionele samenwerking wat stroever omdat voor Nederlandse hoger onderwijsinstellingen institutionele samenwerking met Mexico minder prioritair is.

Nederlandse hoger onderwijsinstellingen die een samenwerkingspartner zoeken of hulp nodig hebben bij het promoten van hun onderwijsprogramma's kunnen terecht bij de Neso's. De Neso's kennen de onderwijsmarkt en weten hoe het hoger onderwijs in het Neso-land in elkaar zit. De Neso-kantoren hebben de Nederlandse hoger onderwijsinstellingen gefaciliteerd met matchmaking, met het voorbereiden van bezoeken van Nederlandse delegaties, met onderzoek naar universiteiten in de Neso-landen en de totstandkoming van samenwerkingcontracten. De Neso's leggen bezoeken af aan universiteiten en organiseren 'road shows' door het gehele land. Een voorbeeld is de Go West Campagne in China die zich concreet richt op institutionele samenwerking tussen Nederlandse hoger onderwijsinstellingen en instellingen in het Westen van China.

Naamsbekendheid en klanttevredenheid onder buitenlandse studenten

Eind 2008 is een Neso-questionnaire uitgezet onder circa 1.200 buitenlandse studenten van het Study-in Holland studentenpanel met vragen over de Neso's.²⁷ Hierbij werd een onderscheid gemaakt tussen de bestaande Neso's in China, Indonesië, Mexico, Taipei en Vietnam en nieuwe Neso's in Brazilië, India, Rusland, Thailand en Zuid-Korea. De respons was 155 en 95 respondenten voor respectievelijk de bestaande en nieuwe Neso's. De resultaten kunnen een indicatie geven van de bekendheid van de Neso-kantoren ter plaatse.

Belangrijkste conclusies China, Indonesië, Mexico, Taipei en Vietnam:

Meer dan de helft van de respondenten in de groep van bestaande Neso's komt uit Indonesië, wat het beeld enigszins vertekent. In de landen waar een Neso al enige jaren is gevestigd heeft de meerderheid van de respondenten van de Neso gehoord, maar is beperkt op de hoogte van de taken van een Neso. Een relatieve kleine groep is helemaal niet bekend met de Neso, maar vindt een Neso-kantoor een goed initiatief. Van de respondenten die gebruik hebben gemaakt van de Neso, geeft de helft aan dat ze tevreden tot zeer tevreden zijn. De andere helft geeft aan geen contact te hebben gehad met een Neso of waardeert de dienstverlening als neutraal. De meerderheid van de respondenten geeft ook aan dat het contact met de Neso heeft bijgedragen aan de keuze om in Nederland te studeren.

Belangrijkste conclusies Brazilië, India, Rusland, Thailand en Zuid-Korea:

Respondenten uit Brazilië of India vormen de overgrote meerderheid van de respondentenpool nieuwe Neso's. Een grote meerderheid is niet op de hoogte van (de oprichting van) een Neso in eigen land en is

²⁷ The Nuffic StudentPanel is a heterogeneous panel of international students who are interested in studying abroad. It is heterogeneous because it consists of international students from all over the world, in different phases of their study abroad experience or plans, different study fields, programmes, etc. The only thing they have in common is the fact that in one point in their search for information they have come across a Study In Holland booth or visited the website on which they decided to join the StudentPanel.

niet bekend met de taken van een Neso. De overgrote meerderheid is echter wel een voorstander van een Neso kantoor in hun land.

Naamsbekendheid en klanttevredenheid onder Nederlandse hoger onderwijsinstellingen

In december 2008 heeft BrainJuicer in opdracht van Nuffic een onderzoek onder relaties van de Nuffic bij Nederlandse hoger onderwijsinstellingen uitgevoerd. Ofschoon de respons zeer beperkt was²⁸ (sterk beïnvloed door de periode van het jaar), komen de uitkomsten van het onderzoek overeen met de indrukken die de Nuffic zelf heeft over de Neso's in het kader van onderhavige zelfreflectie. In bijlage 5 is een overzicht opgenomen van de instellingen waar de respondenten van afkomstig zijn.

De Neso's vervullen in de ogen van de respondenten een gewaardeerde taak als intermediair tussen Nederlandse onderwijsinstellingen en studenten en instellingen in de Neso-landen. De rol van Neso's wordt voornamelijk gezien als de – promotionele – spreekbuis van de instellingen in de Neso gebieden. Er bestaat een belangrijke interesse in meer diensten van de Neso's. Deze diensten liggen vooral op het terrein van kennisverzameling en kennisoverdracht over de Neso-landen. Opvallend genoeg wordt als manier voor contact vrij sterk de voorkeur gegeven aan rechtstreeks contact met en vanuit de Neso zelf. Moderne middelen zoals internet en newsletter zullen slechts een ondersteunende en faciliterende rol kunnen vervullen.

Neso China werd het vaakst genoemd als de Neso waarmee wordt samengewerkt (zie bijlage 5, diagram 1). Neso Indonesië en Neso Taipei zijn tweede op de lijst. Neso Vietnam en Neso Mexico werden genoemd als Neso waar wel redelijke ervaring mee bestaat, maar daar staat een hoog percentage “onbekend” tegenover. Blijkbaar is er (een beperkt aantal) instellingen die wel ervaring heeft met deze Neso's maar bij de meerderheid is dat niet het geval. Hét sterke punt van de Neso is te omschrijven als ‘promotie van Nederlandse onderwijsinstellingen in het buitenland’ (zie bijlage 5, diagram 2). Dit kan dan de vorm aannemen van promotie in het algemeen of het ondersteunen van onderwijsfairs tot de marketing van onderwijsinstellingen in het buitenland. Als zwakker punt werd de communicatie van Neso's met de instellingen over de kennis die de Neso's over de landen opdoen genoemd. Respondenten veronderstelden dat Neso's veel meer over hun gebieden weten dan ze laten blijken aan instellingen.

Het contact met de Neso's gebeurt in de meeste gevallen via de directeur of een ander personeelslid (84%). Dat is overigens ook in lijn met de gewenste manier van contact: 52% ziet het liefste contacten rechtstreeks vanuit de Neso zelf (en niet via website of newsletter). De inhoud van de contacten gaat deels over concrete missies (bijvoorbeeld voorbereiding voor een missie of een onderwijsfair) of over algemene informatievoorziening (over het onderwijs, inhoud van diploma's, individuele studenten en logistiek). De intensiteit waarin wordt samengewerkt hangt enigszins af van het onderwerp. In veel gevallen ligt dan het accent op een rol als ‘spreekbuis’ van de onderwijsinstellingen in de Neso gebieden. Onderwerpen waarover (vrij) intensief wordt samengewerkt zijn (zie bijlage 5, diagram 3):

- het aanbieden van promotiemateriaal in het Neso kantoor;
- de organisatie en informatie van /over deelname aan een onderwijsfair;

28 Brainjuicer, *Klanttevredenheid Nuffic Neso, januari 2009*. 25 respondenten (van 20 hoger onderwijsinstellingen) op 149 uitnodigingen aan medewerkers van 55 instellingen.

- informatie over het onderwijssysteem in het Neso-land;
- ondersteuning bij de werving van studenten;
- informatie over hoger onderwijsinstellingen op de website van de Neso.

De Neso's kunnen de instellingen hierbij van dienst zijn (zie bijlage 5, diagram 4).

De intentie om in de toekomst meer gebruik te maken van Neso's ligt op 52%. Daarnaast is er een aantal respondenten dat aangaf dat *misschien* te zullen gaan doen: 36%. De redenen om meer met Neso's te gaan samenwerken zijn in hoofdzaak gelegen in expertise van de Neso's: er is veel kennis bij Neso's aanwezig. Bovendien verwacht men dat de internationalisering door zal gaan en daar passen de Neso's natuurlijk bij.

De redenen om misschien of helemaal niet meer met Neso's te gaan werken zijn, zoals blijkt uit de peiling door Brainjuicer, niet zozeer vanwege defecten bij de Neso's, maar hebben meer te maken met de ontwikkelingen of capaciteit van de instelling zelf: zal er sprake van een verder internationalisering bij de instelling zijn of juist niet? Of het kan zijn dat de instelling zelf een netwerk of op een ander manier toegang tot een Neso-land heeft.

Reflectie op de outputvariabelen

Op dit moment bevinden zich ongeveer 70.000 buitenlandse studenten in Nederland, waarvan de helft uit de Europese Unie. Volgens de OESO is het aantal buitenlandse studenten dat een gehele opleiding in Nederland volgt tussen 2000 en 2005 verdubbeld van 16.500 naar 35.000.²⁹ Het marktaandeel van Nederland steeg van 1,2% naar 1,8%. Ook het CBS concludeert in een analyse van de immigratie in Nederland dat het aantal buitenlandse studenten in Nederland sinds 2000 bijna is verdubbeld.³⁰ Sinds de introductie van het positioneringbeleid is het aantal buitenlandse studenten uit de Neso-landen dat naar Nederland komt sterk gestegen (zie bijlage 4, tabel 4). Het is niet eenduidig aan te geven dat dit een direct gevolg van het Neso-programma is.

De daling van de laatste twee jaar in aantallen van Chinese en Vietnamese studenten naar Nederland is mogelijk te verklaren in de accentverschuiving van kwantiteit naar kwaliteit. Het ministerie van OCW merkt in de Internationaliseringsagenda op dat de kwaliteit van de buitenlandse studenten tegenwoordig goed wordt gewaarborgd, door de Gedragscode buitenlandse student in het Nederlands hoger onderwijs, die op dit moment geëvalueerd wordt en, in het geval van China, door het Neso-certificaat.³¹

Ondanks de over de gehele linie stijgende lijn meent de OESO dat Nederland veel meer studenten aan zou kunnen trekken.³² De minister van OCW stelt vast dat het Nederlandse hoger onderwijs goed geprofileerd moet worden om tot een goede positionering en marketing te komen. Studenten zijn in toenemende mate mobiel. De concurrentie om de kwalitatief goede student is dan ook sterk toegenomen. Wie de beste studenten wil binnenhalen, moet ervoor zorgen dat de kwaliteit van zijn opleiding goed is en goed

29 OECD: *education at a glance 2007*.

30 www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bevolking/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-2656-wm.htm

31 *Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed, 10 november 2008, p. 6*

32 OESO, *Thematic Review of Tertiary Education 2007*.

bekend.³³ Uit een recente meeting van I-Graduate in een aantal Neso-landen blijkt dat een ruime meerderheid van studenten Nederland als studiebestemming als een te overwegen optie beschouwt.³⁴

Voorts dient de communicatie van Neso's met de instellingen over de kennis die de Neso's over de landen opdoen te worden versterkt, zodat de instellingen nog meer en beter hét sterke punt van de Neso – 'promotie van Nederlandse onderwijsinstellingen in het buitenland' – kunnen benutten. Waarschijnlijk houdt dit ook verband met het feit dat – behalve wat betreft Indonesië, China en Taipei – de Neso's grotendeels nog moesten worden opgericht en hun positie moesten vinden.

3.5 Doelmatigheid

Doelmatigheid: hoe doelmatig is het Nesoprogramma uitgevoerd? Hoe verhoudt zich de bekostigingswijze en het (meerjaren)budget tot de uitvoering van de opdracht, de verrichte activiteiten en de bereikte resultaten?

De ijkpunten

Bij de subsidieaanvraag van het Neso programma fase 2 van 25 oktober 2005 zijn afspraken gemaakt tussen het ministerie van OCW en de Nuffic over:

- 1) de bekostigingswijze
- 2) het meerjarenbudget
- 3) de planning en controlcyclus

Bekostigingswijze

In Fase 1 bestond er een administratief complex partnerschapsmodel voor de Neso's tussen de overheid, Nuffic en hoger onderwijsinstellingen. Dit is met ingang van 2006 vervangen door een volledige bekostiging door de overheid. Dit heeft de doelmatigheid vergroot doordat het mogelijk is gemaakt de inzet in de positioneringslanden binnen fase 2 uit te breiden tot het gewenste aantal Neso's. Bovendien zijn de activiteiten daardoor meer gericht op generieke promotie in het algemeen Nederlandse belang in plaats van op ad hoc dienstverlening voor afzonderlijke instellingen.

Meerjarenbudget

Bij de subsidieaanvraag van het Neso programma fase 2 van 25 oktober 2005 is een financiële paragraaf bijgesloten waarin een meerjaren begroting 2006-2009 is weergegeven met een totaal oplopend naar 3,15 miljoen euro per jaar. In de meerjaren begroting is het jaar, welk Neso-kantoor en met welke omvang gespecificeerd. De aanvraag was gebaseerd op deels opgevraagde gegevens bij de Nederlandse ambassades in de Neso-landen en deels uit eigen onderzoek van de Nuffic. Op 16 mei 2006 is additioneel subsidie toegekend ten behoeve van de uitzendvoorwaarden bij uitzending van de Neso-directeuren.

Ten behoeve van de kosten in 2005 is vooruitlopend op de subsidieaanvraag Neso fase 2 op 23 juni 2005 subsidie aangevraagd voor de voorbereiding- en ontwikkelingskosten in Nederland en initiële - en

33 Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed, 10 november 2008, p. 2 en p. 5

34 I-Graduate, Measuring the brand awareness of Dutch Higher Education Abroad, november 2008. De meeting betrof de Neso-landen: China, Indonesië, India, Vietnam, Rusland en Mexico.

voorbereidingskosten betreffende Neso India en Neso Vietnam.

Tabel A

Totaal door OCW beschikbaar gestelde subsidie voor de uitvoering van het Neso programma fase 2 (x € 1.000)

	2005	2006	2007	2008	2009
Aanvraag d.d. 23-6-2005	400				
Aanvraag d.d. 25-10-2005			2.250	2.875	3.175
Additionele aanvraag d.d. 16-5-2006		500	500	500	500
Totaal aangevraagd	400	2.750	3.375	3.675	3.650

Als gevolg van vooral lokale omstandigheden in het land van vestiging zijn er in diverse jaren vertragingen ontstaan in de uitvoering van het Neso-programma (opzetten van de kantoren en de promotieactiviteiten) ten opzichte van de begroting. Door het gebruik van een Neso-egalisereserve zijn de niet uitgegeven gelden van de lopende jaren ingezet in de daarop volgende jaren. Het verloop van de egalisereserve fase 2 vangt aan na ontvangst van de € 400.000 naar aanleiding van de aanvraag van 23-6-2005. Onderstaande tabel geeft het verloop van de uitgaven van het totale Neso-programma weer ten opzichte van de begroting.

Op hoofdlijnen is de realisatie versus begroting als volgt (2008 – 2009 is een schatting):

Tabel B

Realisatie van de uitgaven versus de begroting van het Neso-programma (x € 1.000)

	2005	2006	2007	2008	2009 e.v.
Begroting	400	2.75	3.375	3.675	3.650
Generiek MVV procedure China			45	45	45
Compensatie loon ontwikkeling				118	118
Realisatie Neso programma totaal	- 256	-2.119	-3.203	-3.644	-4.999
Egalisatie reserve	144	631	217	194	-1.85

Planning en control-cyclus

Omdat het financiële systeem van de Neso-kantoren is geüniformeerd en geïntegreerd in het systeem van het hoofdkantoor heeft de Nuffic te allen tijde inzicht in de financiële administratie van de Neso-kantoren en de mogelijkheid de financiële administratie van elk Neso-kantoor in te zien en/of te controleren. Door het gebruik van standaardrapportages zijn de activiteiten onderling vergelijkbaar en kan de voortgang van de activiteiten en de doelmatigheid van de uitgaven goed gemonitord worden. Periodiek worden de Neso-kantoren bezocht voor een audit, uitgevoerd door interne controllers of de externe accountant. Doel van de audit is om ter plaatse te onderzoeken of de regels gevolgd worden, de uitgaven doelmatig zijn en er zich geen onrechtmatigheden voordoen.

Uit auditverslagen in voorgaande jaren betreffende de Neso's in China en Indonesië bleek dat zij qua structuur wel aansloten op tussentijdse rapportages en verantwoording maar dat hun begrotingen onvoldoende prestatie-indicatoren en toelichting op de voornemens bevatten.³⁵ Dit is door de Nuffic opgepakt en heeft ertoe geleid dat in 2007 de planning en control van de Neso-kantoren is ingebed in de Nuffic planning en control cyclus. De boekhouding van het Neso-programma is geprofessionaliseerd door middel van het implementeren van het boekhoudprogramma Accountview in de Neso's per 1 januari 2008.

Uit de auditverslagen betreffende de Neso's Mexico en China in 2008 blijkt dat de betrokken Neso-directeuren 'in control' zijn waar het gaat om de (interne) processen betreffende personeel, informatie(voorziening), organisatie, financiën, automatisering, corporate communicatie en huisvesting.³⁶ In 2009 volgen audits van de Neso's in Indonesië, Vietnam en Rusland. In 2010 zullen audits worden gehouden bij de Neso's in Zuid-Korea, Thailand en China.

35 Nuffic (J. Rooyackers) en KPMG Accountants (W. Trouw), *Onderzoek beheersorganisatie van de Netherlands Education Support Office's (Neso Beijing en NEC Jakarta)*, februari 2003

Nuffic (A. van Driel en W. Witvliet), *Evaluatie Beheersorganisatie NESO-Beijing en NEC Jakarta*, januari 2006

Nuffic, *Local audit Neso Indonesia (including StuNed)*, juni 2007

36 *Local audit Neso Mexico*, Nuffic (W. Witvliet en S. Jansen), november 2008 en *Local audit. Neso China*, Nuffic (A. Biemans en M. Hoornweg) en KPMG (H. Visser), november 2008

4. Internationale vergelijking

De mondiale hoger onderwijsmarkt is zeer complex en ontwikkelt zich snel. Zelfs populaire studielanden zoals de Verenigde Staten hebben steeds meer te maken met concurrentie. 'As World Economies Struggle, Competition Heats Up for Students From Abroad', zo luidde de titel van een artikel in het Amerikaanse blad 'The Chronicle of Higher Education': *'With world markets shuddering, higher education remains one of the few bright spots in a gloomy economic landscape, prompting already stiff competition for international students to become even more heated'*.³⁷ Toenemende investeringen van andere landen voor de positionering van hun hoger onderwijs rechtvaardigen Nederlandse investeringen op dit terrein. In landen zoals het Verenigd Koninkrijk en Australië stimuleert en investeert de overheid in hoge mate de inspanningen op het gebied van onderwijspromotie. Om een indruk te geven hoeveel kantoren wereldwijd met de Nuffic vergelijkbare organisaties hebben onderstaand een overzicht.

Land	Organisatie	Aantal landen (buiten het eigen land) waar een kantoor is
Verenigd Koninkrijk	British Council www.britishcouncil.org	110
Frankrijk	Campus France www.campusfrance.org	110 (+ in 2009: nog 10 erbij)
Duitsland	DAAD (Deutscher Akademischer Austausch Dienst) www.daad.de	66
Australië	IDP www.idp.com	29
Nederland	Nuffic www.nuffic.nl	10

Na de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk beschouwen studenten Australië, Canada en Frankrijk als de meest attractieve landen om te studeren volgens het onderzoek van de I-Graduate Studentpulse. Belangrijke factoren die daarbij een rol spelen zijn: de veiligheid, de reputatie van de opleiding, de kosten voor het volgen van hoger onderwijs, het gemak voor studenten om een visum te krijgen en mogelijkheden op een baan na de studie in een land. Persoonlijke veiligheid is een zeer belangrijke factor bij de keuze voor de studieplaats. Als veilige studielanden worden gezien: Verenigd Koninkrijk, Australië, Canada, Duitsland, Nieuw-Zeeland, Frankrijk, Singapore en Nederland. De Verenigde Staten scoort op dit punt minder goed.³⁸

Ondanks dat de collegegelden er hoog zijn is het Verenigd Koninkrijk een populair studieland. Deze positie dankt het vooral aan factoren die hoog scoren bij de studenten, namelijk de kwaliteit van onderwijs en onderzoek, de reputatie van de opleidingen en veiligheid. Ofschoon Duitsland en Frankrijk op veel factoren

³⁷ November 21, 2008, Volume LV, Number 13, p. A22

³⁸ I-Graduate Studentpulse 2007 Summary of Results

beter scoren dan het Verenigd Koninkrijk worden zij als minder veilig en aantrekkelijk beschouwd. Dat heeft waarschijnlijk ook te maken met de Engelse taal, marketing en vertrouwdheid. Frankrijk en Duitsland scoren qua aantrekkelijkheid, reputatie en veiligheid hoger dan Nederland. Wat betreft de mogelijkheid om een baan te vinden na de studie en het gemak om een studentenvisum te krijgen scoort Nederland niet hoog maar wel beter dan Frankrijk en Duitsland. Wat studentenvisum betreft scoort Ierland ietsje hoger, maar over het algemeen scoort Nederland hoger dan Ierland. Australië heeft een hoge score vanwege de veiligheid, gemakkelijk werk vinden na de studie, de goede reputatie van de opleidingen en het gemakkelijk verkrijgen van een visum voor studenten.³⁹

Tweederde van de respondenten gaf – volgens het onderzoek van I-Graduate Studentpulse – aan dat bij het maken van de keuze voor de studieplek de hoger onderwijsinstelling belangrijker is dan het studieland. Dat geldt vooral voor studenten in technische studies. Studenten in kunst, design, toerisme, voedingswetenschappen en communicatie kiezen eerder voor een land dan voor een instelling. De reputatie en de marketing van de hoger onderwijsinstellingen zijn van groot belang voor het aantrekken van studenten. Ook al valt er het nodige af te dingen op de gehanteerde methodieken bij de verschillende wereldranglijsten van universiteiten, ook de Nuffic-Neso's merken dat het de voor de promotie van het Nederlands hoger onderwijs zeer positief is als Nederlandse instellingen daarop goed scoren. Zo staan er in de Times Higher Education World University Rankings (2008) 11 Nederlandse universiteiten in de top 200.⁴⁰

Singapore en Japan zijn in Azië in opkomst. China en India niet zo zeer vanwege de lage scores op het gebied van reputatie en – in het geval van India – veiligheid. Deze Neso-landen scoren (nog) niet zo goed in de perceptie van de aankomende internationale studenten. Ook Zuid-Korea en Thailand scoren laag qua aantrekkelijkheid van studieland.

Voor een volledig internationaal vergelijkend overzicht van de percepties van aankomende internationale studenten over studiebestemmingen: zie bijlage 6, tabel 5.

39 *I-Graduate Studentpulse 2007 Summary of Results*

40 <http://www.timeshighereducation.co.uk/hybrid.asp?typeCode=243&pubCode=1>

5. Overwegingen voor de toekomst

Niches

Als Nederland wat betreft de internationalisering van het hoger onderwijs mee wil blijven tellen is de generieke promotie van het Nederlandse hoger onderwijs zeer belangrijk.⁴¹ Via samenwerking en promotie van het beeldmerk voor de internationale branding van het Nederlands hoger onderwijs kan onze kennis-economie een extra impuls krijgen. De concurrentie op de internationale markt voor hoger onderwijs wordt sterker. Nederland moet hierin duidelijk een positie innemen. Een sterke positie in de markt voor hoger onderwijs heeft namelijk ook een positieve invloed op de economische concurrentiepositie van Nederland. Vooral wat betreft de bèta- en technieksector zouden de mogelijkheden moeten worden benut om de gewenste instroom aan buitenlands talent in Nederland te realiseren. Dit zou in het takenpakket van de Neso's tot uitdrukking kunnen komen. De instellingen promoten zich logischerwijs als instellingen maar dat heeft soms het nadeel dat dit verschillende disciplines betreffen terwijl er juist in een Neso-land vraag is naar bepaalde opleidingen, mede doordat Nederland een bepaalde bekendheid geniet. Te denken valt aan watermanagement en architectuur.

Toptalent

De minister van OCW wil meer talent aantrekken omdat Nederland internationaal gezien achterblijft in de rekrutering van jong toptalent, terwijl juist dit talent nodig is om tegemoet te komen aan de eisen van een kennisintensieve samenleving. Daarom ondersteunt hij het Innovatieplatform (IP) in zijn streven om samen met VSNU, KNAW en NWO extra internationale top promovendi en gepromoveerden naar Nederland te halen.⁴² Het IP merkt dat er grote behoefte is aan een gemeenschappelijk Nederlands rekruteringsprogramma voor internationaal toptalent. Het IP wil daar een impuls aan geven. Het doel is om jaarlijks 1000 top PhD-studenten en postdocs extra aan te trekken.⁴³ In de praktijk wordt voor het werven van PhD's nog weinig gebruik gemaakt van de diensten van de Neso's. Ook gebruiken lokale promovendi dit kanaal nog weinig bij het zoeken naar een PhD-plek. Neso's kunnen hierbij een rol vervullen in de gerichte marketing voor Nederlandse universiteiten en de facilitering van matchmaking in geval er beurzen beschikbaar worden gesteld door Nederland of het land van herkomst.

Alumnifunctie

Uitkomsten van eerder onderzoek naar de kosten en baten van de internationalisering en positionering van het hoger onderwijs lijken op de korte termijn al behoorlijk positief uit te vallen. Maar vooral ook op de lange termijn kunnen aanzienlijke voordelen worden verwacht in termen van goede politieke, culturele en zakelijke relaties als gevolg van een netwerk van buitenlandse alumni die in Nederland hebben gestudeerd. Meer studenten die mede dankzij het positioneringsbeleid in Nederland gaan studeren en hier afstuderen betekent uiteindelijk ook meer alumni. Hier raakt het economische belang van internationalisering aan het traditionele politiek-culturele belang.⁴⁴ De alumnifunctie maakt nu nog geen structureel onderdeel uit van een basis Neso-kantoor. De Neso's kunnen structureel een stimulerende en faciliterende rol vervullen in het opzetten en onderhouden van Holland alumninetworks.

41 Nuffic, *Opnieuw urgentie voor internationalisering van het hoger onderwijs*, 2008, p. 17

42 *Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed*, 10 november 2008, p. 13

43 *Nederland in de Wereld, Innovatieplatform*, 2008

44 *CHEPS, Eindrapport Positioneringsinstrumenten (Evaluatie Neso en Delta)*, 26 juni 2003, p. 103

Verbinding tussen onderwijs en bedrijfsleven

Europese topmanagers zien de internationale talentenjacht zelfs als de grootste managementuitdaging voor de komende jaren. De Commissie Bakker pleit in haar advies over arbeidsparticipatie voor extra investeringen om ervoor te zorgen dat de beste studenten in Nederland gaan studeren, aangezien zij dan ook vaker in Nederland zullen gaan werken.⁴⁵ Voorts ziet het bedrijfsleven steeds meer in dat een kosmopolitische houding geen luxe maar een harde economische noodzaak is. Het werk van Richard Florida laat zien dat culturele diversiteit een belangrijke factor is in het succes van economisch welvarende en innovatieve regio's zoals de San Francisco Bay Area, de omgeving van Boston of het gebied rond Austin, Texas.⁴⁶ Zijn onderzoek wijst uit dat de elf stedelijke gebieden die het hoogst scoren op diversiteit, allemaal te vinden zijn in de top 15 high technology gebieden van de Verenigde Staten. Italiaanse economen laten zien dat steden die meer cultureel divers zijn, ook productiever en attractiever zijn.⁴⁷ Er is dus behalve een onderwijsbelang ook een economisch belang waar het Neso-programma aan werkt. Vandaar ook dat door de Neso's gewerkt wordt aan het Orange Tulip Scholarship programma. Het Orange Tulip Scholarship programma is een promotie-formule in de vorm van financiële bijdragen (beurzen) van Nederlandse bedrijven voor talentvolle studenten uit de Neso-landen voor hun studie in Nederland.⁴⁸

De Europese dimensie en bevolkingsdaling

De reden om studenten van buiten de Europese Economische ruimte aan te trekken is ook gelegen in de teruglopende bevolking in Europa en daarmee van de studentenaantallen. Dat kan in de toekomst leiden tot een terugval in studenten, als er niets zou worden gedaan. Veel onderwijsinstellingen in de Europese Unie zullen hun studentenaantallen alleen op peil kunnen houden door studenten uit andere landen aan te trekken.⁴⁹ Ook dreigt er in Europa een tekort aan nieuwe onderzoekers, en meer promotieplaatsen dan kandidaten ervoor. Omgekeerd is er in een land als India een tekort aan opleidingsplaatsen. In de mondiale concurrentiestrijd (zie ook hoofdstuk 4) is het daarom van belang met Europese partners samen te werken op het gebied van onderwijspromotie elders in de wereld want de gevolgen van de bevolkingsdaling voor de kenniseconomie is een Europa-breed thema.

Financiële ontwikkelingen

Inhoudelijk is het van belang om te bezien of het Neso-programma de komende jaren goed gecontinueerd kan worden, maar bezien moet ook worden of de financiering daarvoor passend is. Op grond van ervaringscijfers ten aanzien van prijsindicaties van de Neso-landen over de afgelopen vier jaar zijn de te verwachten kosten voor het Neso programma 2010-2011, 2012 en latere jaren in de volgende tabel weergegeven.

45 *Commissie Arbeidsparticipatie, Naar een toekomst die werkt, juni 2008.*

46 *Zie onder andere: R. Florida (2000) The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books. En ook: R. Florida (2005) The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent. New York: Harper Collins.*

47 *G. Ottaviano & G. Peri (2006) The economic value of cultural diversity: evidence from US cities. Journal of Economic Geography, 6(1): 9-44*

48 *Information Package: Orange Tulip Scholarship Program (OTS), Neso China, juni 2008*

49 *Brief minister van OCW aan de Tweede Kamer, Internationaliseringsagenda Grenzeloos Goed, 10 november 2008, p. 6*

Tabel C Financiële ontwikkelingen

x € 1.000	2010	2011	2012 e.v.
Toegekende subsidie-niveau 2009	3.813	3.813	3.813
Totale begrote kosten 10 Neso's	5.805	5.805	5.805
Additionele subsidie-aanvraag	1.992	1.992	1.992

De redenen voor de kostenstijging zijn de volgende:

- 1) Het lokale kostenniveau dat in 2005 is begroot is bij verschillende landen veel te laag gebleken. Ook nu nog is het kostenniveau sterk aan het veranderen. Ten opzichte van de opgestelde begroting in 2005 zijn er grote verschillen waar te nemen bij de landen China, Rusland, Thailand en Brazilië. In vergelijking met 2008 bedraagt dat verschil circa € 650.000.
- 2) De loon- en prijsindexering is vanaf 2008 op het Neso-programma van toepassing, gecumuleerd inclusief de jaren 2006 en 2007 is dat een verhoging van € 250.000. Ten behoeve van koersrisico is 7% over de totale lasten gereserveerd.
- 3) Het vervangen van Maleisië op de Neso-landenlijst door Zuid-Korea was in fase 2 van het Neso-programma mogelijk doordat de egalisereserve het verschil in kosten kon opvangen. Door de uitputting van deze reserve zal dat straks niet meer mogelijk zijn. Door de keuze van Zuid-Korea, dat een duurder land is dan Maleisië, zijn de jaarlijkse uitgaven gestegen met circa € 350.000.
- 4) De Neso-kantoren dienen ook vanuit het hoofdkantoor in Den Haag in hun bedrijfsvoering (zie bijlage 7) en primaire processen te worden ondersteund. De hoeveelheid ondersteuning in Nederland en de kosten van uitzending Neso directeuren is toegenomen voor een bedrag van circa € 200.000.
- 5) Uniformering van de samenstelling van het lokale personeel zodat er op alle Neso's een alumnifunctie komt, hetgeen circa € 200.000 kost.

Kortom, na 2009 zijn extra middelen nodig om de 10 Neso's en het Neso-programma operationeel te houden op een voldoende kwaliteitsniveau.

6. Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

Het Neso-programma heeft als belangrijk instrument van het positioneringbeleid duidelijk zijn bestaansrecht bewezen. Op basis van de potentie van de onderwijsmarkt kan de keuze voor de landen voor het opzetten van Neso's als een gerechtvaardigde keuze worden gezien. De Neso-landenlijst is goed geaccepteerd door de hoger onderwijsinstellingen. Het concept blijkt ook dusdanig aan te slaan dat herhaaldelijk 'nieuwe' landen worden genoemd waar een Neso zou moeten komen. De Neso-landen zijn 'marktlanden', die allen mogelijkheden hebben om te profiteren van de mobiliteit van (top)talent.

Het Neso-programma wordt uitgevoerd conform de opdracht van OCW. Ondanks dat het opzetten van kantoren in het buitenland ingewikkelde processen zijn en die ook de nodige investeringen vereisen, is de doelstelling om uiterlijk voor 2010 in 10 doellanden Neso's op te zetten gerealiseerd. De resultaten van de Neso's alsmede peilingen over de bekendheid van de Neso's wijzen erop dat zowel buitenlandse studenten als Nederlandse hoger onderwijsinstellingen positief zijn over Neso's als instrument om Nederland als kennis- en hogeronderwijsland te positioneren in het buitenland.

De volledige bekostiging van de Neso's door de overheid heeft de doelmatigheid vergroot waardoor het mogelijk werd de inzet in de positioneringslanden binnen de tijdspanne van fase 2 uit te breiden tot het gewenste aantal Neso's. Bovendien zijn de activiteiten daardoor meer gericht op generieke promotie in het algemeen Nederlandse belang in plaats van op ad hoc dienstverlening voor afzonderlijke hoger onderwijsinstellingen.

Uit onderzoek en student surveys blijken dat er naast overeenkomsten ook behoorlijke verschillen zijn tussen de Neso-landen. Zo is in bijvoorbeeld Taiwan voor 25-30% van de studenten en in China en Indonesië voor 20-25% van de studenten het land bepalend voor de studiekeuze. In India is dat percentage beneden de 5%. Dat betekent dat ook de onderwijspromotie van land tot land verschillend moet zijn, hetgeen ook aangeeft dat een specifieke Neso-benadering nodig is.

Nederland is pas recenter dan landen als de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland en Canada op de internationale hoger onderwijsmarkt actief en moet zich nog duidelijker een plek verwerven. De Neso's zijn voor versterking van de marktpositie een belangrijk instrument maar ook samenwerking met Europese partners zoals CampusFrance en de DAAD is nodig om de mondiale concurrentie aan te kunnen en met het oog op toekomstige tekorten aan toptalenten in de gehele Europese Unie. Ook een verbinding tussen onderwijs en bedrijfsleven is daarbij nodig in het streven naar een sterke kenniseconomie en tevens rekening houdend met bevolkingsdaling in de toekomst. Nauwe samenwerking in de Neso-landen tussen hoger onderwijsinstellingen, bedrijven, Netherlands Business Support Offices, ministeries, Nederlandse ambassades en de Neso's is daarvoor essentieel.

De Neso's manifesteren zich op veel manieren, zoals via het verspreiden van promotiemateriaal, het neerzetten van het beeldmerk van het Nederlandse hoger onderwijs, deelname aan en/of organisatie van onderwijsbeurzen, pre-departure meetings voor studenten die naar Nederland voor hun studie vertrekken, het geven van presentaties op lokale onderwijsinstellingen, het onderhouden van contacten met de media,

concrete matchmaking tussen onderwijsinstellingen, etc. Alle Neso's besteden veel aandacht aan institutionele samenwerking. De Neso-kantoren hebben Nederlandse hoger onderwijs instellingen gefaciliteerd met matchmaking, met het voorbereiden van bezoeken van Nederlandse delegaties, met onderzoek naar universiteiten in de doellanden (gemakshalve ook wel Neso-landen genoemd) en de totstandkoming van samenwerkingcontracten. Behalve algemene promotieactiviteiten hebben enkele Neso's speciale activiteiten zoals het Neso-certificaat, dat dient ter verifiëring van diploma's en de kennis van de Engelse taal voor Chinese studenten die in Nederland willen gaan studeren.

De Neso's vervullen, zo blijkt uit peilingen onder buitenlandse studenten en Nederlandse instellingen, een gewaardeerde taak als intermediair tussen Nederlandse onderwijsinstellingen enerzijds en studenten en instellingen in de Neso-landen anderzijds. De rol van Neso's wordt voornamelijk gezien als de – promotionele – spreekbuis van de instellingen in de Neso gebieden. Er bestaat een belangrijke interesse in meer diensten van de Neso's. Deze diensten liggen vooral op het terrein van kennisverzameling en kennisoverdracht over de Neso-landen. Een verbeterpunt is dat de communicatie van Neso's met de instellingen over de kennis die de Neso's over de landen opdoen dient te worden versterkt, zodat de instellingen nog meer en beter hét sterke punt van de Neso – 'promotie van Nederlandse onderwijsinstellingen in het buitenland' – kunnen benutten. Waarschijnlijk houdt dit ook verband met het feit dat – behalve wat betreft Indonesië, China en Taipei – de Neso's grotendeels nog moesten worden opgericht en hun positie moesten vinden.

Een kritiekpunt in de manifestatie is dat niet altijd duidelijk is dat de Neso's onderdeel zijn van de Nuffic terwijl er bij vergelijkbare organisaties in andere landen zoals CampusFrance, British Council en de DAAD geen enkel misverstand is met betrekking tot hun kantoren in het buitenland.

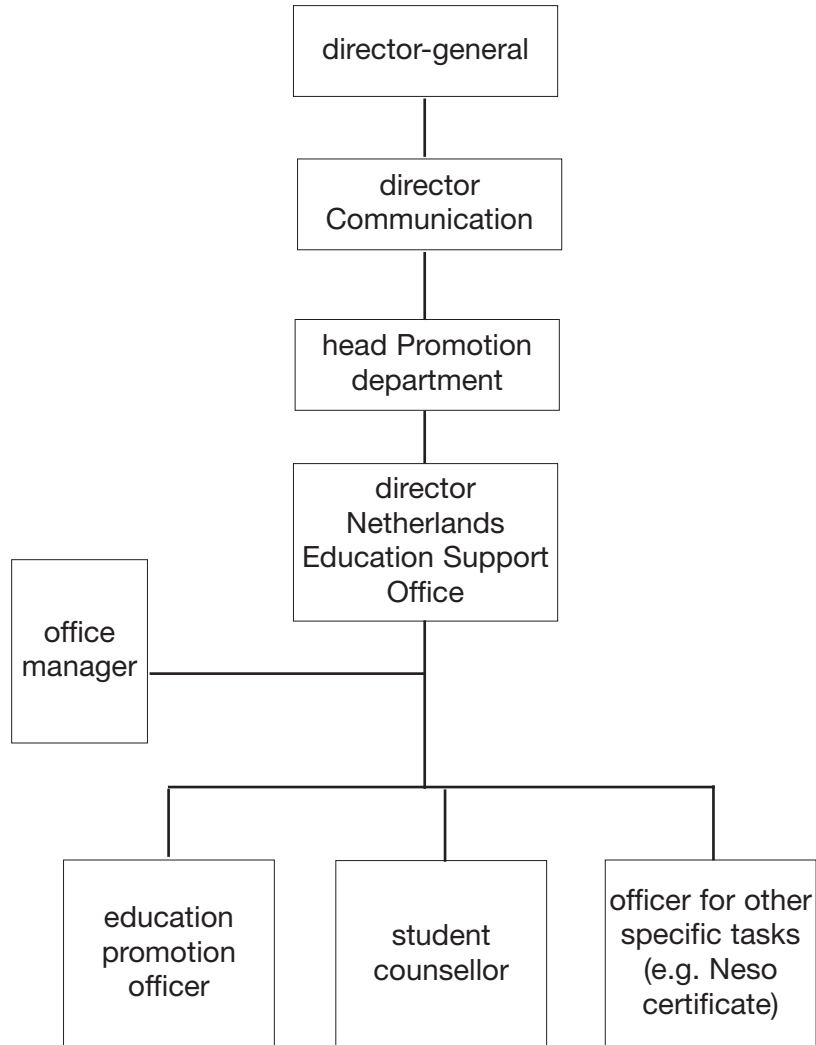
Aanbevelingen

1. Het Neso-programma behoeft duidelijkere prestatie-indicatoren. Er moet meer expliciet worden gemaakt wat de overheid en instellingen van de Nuffic-Neso's (mogen) verwachten. Ook moeten afspraken tussen het ministerie van OCW en de Nuffic over SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdsgebonden) geformuleerde doelstellingen worden gemaakt.
2. Verbetering van de communicatie van Neso's met de instellingen over de kennis die de Neso's over de landen opdoen dient te worden versterkt, zodat de instellingen nog meer en beter hét sterke punt van de Neso – 'promotie van Nederlandse onderwijsinstellingen in het buitenland' – kunnen benutten.
3. Het takenpakket van Neso's kan – om nog doeltreffender te zijn en in te spelen op de ontwikkeling in de kenniseconomie – steviger worden uitgebreid tot (a) promovendi/PhD-ers, (b) de promotie niet alleen richten op de instellingen maar ook specifiek focussen op niches (vakgebieden/studies waarmee Nederland kan scoren) en (c) verankering van de alumni functie op *alle* kantoren.
4. Behalve in de Neso-landen zelf wil de Nuffic vanuit de Neso-kantoren de landen in de omliggende regio eveneens gaan benaderen door middel van Study in Holland activiteiten om het Nederlandse hoger onderwijs te promoten. De Neso's in Mexico en Brazilië kunnen deze functie bijvoorbeeld vervullen voor landen in Latijns-Amerika zoals Chili, Argentinië en Columbia.

5. De Nuffic kan door middel van de Neso's ook een intermediaire rol vervullen bij de ontwikkeling van beurzen die door bedrijven beschikbaar worden gesteld aan excellente buitenlandse studenten die in Nederland een studie willen volgen. Dit versterkt de aantrekkelijkheid om in Nederland te studeren en is daarmee ook een goed promotie-instrument. Het Orange Tulip Programme wordt daarvoor verder uitgewerkt.
6. Aangezien de Nuffic op het terrein van internationale samenwerking in het hoger onderwijs in het buitenland een gewaardeerde naamsbekendheid heeft, is het aan te bevelen de Neso's voortaan Nuffic-Neso's te noemen. De Neso's zijn immers een regulier onderdeel van de Nuffic. Dit ook om te voorkomen dat de Neso's in het buitenland als op zichzelf staande entiteiten worden gezien waarvan de band met Nederland en de Nuffic moet worden uitgelegd. Bovendien gebruiken de collega-organisaties (British Council, DAAD en CampusFrance) ook steeds hun eigen (zelfde) naam.
7. Naast gezonde concurrentie is ook samenwerking tussen de Nuffic-Neso's en andere Europese partners nog meer nodig bij het promoten van hoger onderwijs en generieke werving van studenten om (a) de mondiale concurrentie aan te kunnen en (b) de kennissamenleving in Europa in de toekomst draaiende te houden vanwege de bevolkingsdaling.
8. Een belangrijke aanbeveling om de tien Neso-kantoren doeltreffend en doelmatig te kunnen laten functioneren, is dat het budget, mede gelet op de gestegen kosten in de Neso-landen, toereikend moet zijn. Het huidige budget van 3,8 miljoen euro zal verhoogd moeten worden naar 5,8 miljoen euro per jaar.

Bijlage 1:

Organogram van een standaard Neso-kantoor van de Nuffic, mede in relatie tot het Nuffic hoofdkantoor



Elk Neso-kantoor bestaat uit minimaal een directeur (in dienst van de Nuffic). Het lokale personeel bestaat uit minimaal: een office manager, een education promotion officer en een student counsellor. De oudere Neso's hebben ook een alumni officer en – zoals bij Neso China – een assessment officer voor de Neso-certificaten.

Bijlage 2:

Ontwikkelingen in Neso-landen

Neso Indonesië

Status en oprichting

In 1992 heeft Nuffic een klein kantoor – onderwijsinformatiepunt – geopend bij de Nederlands Indonesische Kamer van Koophandel (INA). In 1996 ging het Netherlands Education Centre (NEC) te Jakarta van start met 45 deelnemende instellingen. NEC is in 2007 officieel Neso Indonesië gaan heten. Het kantoor is gevestigd in Jakarta en heeft een kleine branch office in Surabaya (op de campus van Universitas Surabaya). Momenteel heeft Neso Indonesië inclusief de directeur 28 stafleden. Een groot deel van de stafleden werkt aan het StuNed-programma.

Specifieke promotieactiviteiten

De generieke promotie is vooral gedaan via de (mede)organisatie van de European Higher Education Fair (EHEF) en de Holland Education Fair (HEF) waar jaarlijks gemiddeld 25 Nederlandse hoger onderwijsinstellingen aan deelnemen. In totaal is deelgenomen aan 34 onderwijsfairs (inclusief HEF en EHEF), en hebben 80 bezoeken en presentaties plaatsgevonden op scholen en universiteiten. Neso Indonesië is 60 maal in het nieuws geweest (zowel gedrukte als ook online media), heeft 27 persbijeenkomsten gehouden en 10 informatieaanvragen van media afgehandeld. De circulatie van de gedrukte media waar Neso Indonesië in werd genoemd was 7 miljoen, de PR waarde van de verkregen free publicity was rond 180.000 euro. Bijna 150.000 bezoekers vonden hun weg naar de website. Als nieuwe promotieactiviteit heeft Neso Indonesië een ‘Biotechnology roadshow’ georganiseerd. Daarnaast heeft Neso Indonesië in samenwerking met een lokale aanbieder van Engelse taaltrainingen gratis taaltesten voor middelbare scholieren georganiseerd als onderdeel van de campagne “In English for Sure”. Dit is naast creëren van ‘awareness’ van de studiemogelijkheden in Nederland een goed alternatief voor het benaderen van middelbare scholen voor promotieactiviteiten. De promotie van het beeldmerk en slogan ‘open to international minds’ is uitgevoerd door het uitschrijven van Study in Holland Blog Competition. Neso Indonesië informeert Nederlandse instellingen over de mogelijkheden voor samenwerking met de 50 promising Indonesian universities en heeft 1180 student surveys gehouden. In 2008 is Neso Indonesië begonnen met een digitale en gedrukte newsletter. Neso Indonesië beheert het StuNed programma namens het ministerie van Buitenlandse Zaken. Het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft in 2008 opdracht tot evaluatie van dit programma gegeven. De Study in Holland promotie is inmiddels standaard opgenomen in de StuNed promotie activiteiten.

Ontwikkelingen

Het Indonesische Ministerie van Onderwijs heeft besloten de kwaliteit van de Indonesische universiteiten te verbeteren door stimuleringsmaatregelen in te voeren voor een selecte groep van vijftig “veelbelovende” universiteiten, meestal in de vorm van beurzen of fondsen voor onderzoek. De regering probeert deze universiteiten bovendien een meer internationaal karakter te verlenen door zgn. dual degree-programma’s met buitenlandse universiteiten te (co)financieren.

De Indonesische markt voor hoger onderwijs biedt op de lange termijn veel kansen: de bevolking van het land is relatief jong (van de 234 miljoen inwoners is 28,7% jonger dan 14 jaar), de economische groei is vrij sterk en er is een gestage vraag naar hogere opleidingen in het buitenland. De decentralisering van universiteiten en de daarmee gepaard gaande afname van de overheidsbijdragen heeft geleid tot hogere inschrijvingsgelden, en dat zal er – zeker op de korte termijn – toe leiden dat steeds meer Indonesische studenten zullen gaan zoeken naar studieprogramma's in het buitenland.

Ongeveer 30.000 Indonesische studenten volgen een opleiding in het buitenland, meestal omdat buitenlandse onderwijsinstellingen geacht worden betere kwaliteit te leveren en een buitenlands diploma de bezitter ervan op de arbeidsmarkt meer prestige verleent. Europese landen bevinden zich in een goede positie om een groter marktaandeel te verwerven: Indonesische studenten hebben niet langer een voorkeur voor Amerikaanse universiteiten en beginnen nu belangstelling te vertonen voor opleidingen in Europa. De studentenmobiliteit van Indonesië naar Nederland is langzaam maar zeker gegroeid, van 530 studenten in 2000-2001 tot 1.095⁵⁰ in 2007-2008.

50 Het aantal Indonesische studenten dat studeert aan door de overheid gefinancierde hoger onderwijsinstellingen. Het precieze aantal visumaanvragen voor Nederland is niet beschikbaar.

Neso China

Status en oprichting

Het Neso-kantoor in Beijing is in juni 2001 geopend door Loek Hermans, de toenmalige Nederlandse minister van OCW. Het kantoor is een partnerschap met de Chinese counterpart Chinese Service Center for Scholarly Exchange (CSCSE) en draagt zodoende de naam CSCSE-Neso China. CSCSE is een semi-overheidsinstantie die in opdracht van het Chinese ministerie de academische uitwisseling tussen China en het buitenland stimuleert. Het kantoor is gevestigd in het Beijing New World Center in het centrum van Beijing. In totaal zijn 11 personen werkzaam bij het kantoor inclusief de directeur.

Specifieke promotieactiviteiten

Neso China heeft voor de Study in Holland campagne een breed scala aan promotiemiddelen ontwikkeld en ingezet, zoals posters, banners en digitale media zoals Sina.com (populaire publieke site) en CIEIN (China International Education Information Net) om meer bekendheid te genereren.

In 2008 heeft Neso China deelgenomen aan 32 instroomfairs in China die bezocht werden door tienduizenden studenten. Ook zijn er 11 voorlichtingsseminars georganiseerd over Study in Holland. Voor 300 vertrekkende studenten zijn er pre-departure seminars georganiseerd in Beijing en Shanghai. De Study in China campagne heeft een extra impuls gekregen door o.a. de productie van nieuwe Study in China brochures en flyers en uitbreiding en updatng van Study in China informatie op de website. Een Orange Tulip Scholarship Programma is in 2008 gelanceerd. Deze scholarships worden gegeven aan excellente studenten in samenwerking met Nederlandse bedrijven en Nederlandse hoger onderwijsinstellingen.

Het kantoor voert het secretariaat van het Netherlands Alumni Network China (NANC) en heeft in 2008 13 activiteiten georganiseerd met aanvullende financiering uit het Holland Alumni Network project van de Nuffic. Meerdere alumni chapters zijn opgericht in andere steden en voor Nederlandse instellingen. In totaal hebben 2218 alumni zich geregistreerd en zijn 39 organisaties aangesloten.

Neso China heeft 18 Nederlandse instellingen ondersteund bij het vinden van potentiële Chinese partners voor institutionele samenwerking. Een Go West Campagne is in 2008 gelanceerd om in het westen van China samenwerking tussen Nederlandse en Chinese hoger onderwijsinstellingen te bevorderen. Neso China onderhoudt een groeiende database van (onderwijs)journalisten en perscontacten en heeft in 2008 12 interviews gegeven en 4 artikelen geschreven voor kranten.

Het assessment center van Neso China is volledig operationeel en geeft in opdracht van het ministerie van OCW (en Justitie) Neso-certificaten af na verificatie van diploma's en de kennis van de Engelse taal van Chinese studenten. Het aantal afgegeven certificaten neemt jaarlijks toe en in 2008 waren er 28% meer afgegeven in vergelijking met 2007. Het aantal aanvragen voor een Neso-certificaat is zelfs met 35% toegenomen (ongeveer 2.500 aanvragen).

Ontwikkelingen

De Chinese economie heeft een indrukwekkende groei doorgemaakt – het BBP is de afgelopen kwart eeuw elk jaar met 8% toegenomen. China heeft het aantal plaatsen in het tertiair onderwijs uitgebreid van 5,8 miljoen tot 18,1 miljoen (2004). In 2006 hebben zich in China vijf keer zoveel studenten ingeschreven als in 1997. De jaarlijkse groei bedroeg 20%, maar is in 2008 teruggelopen tot 5%. De vraag naar buitenlands hoger onderwijs is vooral het gevolg van het feit dat het hoger onderwijs in China zelf niet in de vraag kan voorzien. Gemiddeld gaan er elk jaar 100.000 Chinese studenten naar het buitenland om te studeren. Naar verwachting zal China in de nabije toekomst de belangrijkste bron van buitenlandse studenten blijven. Het totale aantal in het buitenland studerende Chinezen is in 2008 met ongeveer 20% gestegen. Zusterorganisaties zoals de British Council en de DAAD hebben ook een toenemende vraag waargenomen. In de periode 2007-2008 studeerden 3.323 Chinese studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs.

De Chinese regering steunt institutionele samenwerking tussen Chinese en buitenlandse universiteiten. De China Scholarship Council heeft aangekondigd dat in 2008 20% meer beurzen zullen worden uitgegeven, bestemd voor studenten en werknemers die in het buitenland een opleiding willen volgen. Nederlandse hoger onderwijsinstellingen moeten hun marketinginspanningen niet beperken tot Beijing en Sjanghai, maar ook proberen het marktpotentieel van andere regio's aan te spreken.

Neso Taipei

Status en oprichting

Het kantoor in Taipei was formeel opgericht in juni 2001 als administratief onderdeel van het Netherlands Trade and Investment Office (NTIO) in de stad Taipei. Het Neso-kantoor is ook gehuisvest binnen het NTIO-kantoor. Het NTIO treedt op als de diplomatieke vertegenwoordiging van Nederland in Taiwan. Dit gebeurde in nauwe samenwerking met de Economische Voorlichtingsdienst (EVD) die het NTIO aanstuurt via de Stichting tot Bevordering van de Uitvoer (SBU). In totaal zijn er drie personen werkzaam inclusief de directeur. Neso Taipei wordt inhoudelijk door de Nuffic aangestuurd, waaraan ook inhoudelijk verantwoording wordt afgelegd.

Specifieke promotieactiviteiten

Neso Taipei onderhoudt een uitgebreid informatiecentrum waar studenten alle voorlichtingsmaterialen van de Nuffic en Nederlandse Hoger onderwijsinstellingen kunnen raadplegen. Ook maakt het kantoor gebruik van andere kanalen zoals voorlichtingscentra van Taiwanese universiteiten en andere relevante instellingen, print en digitale media, speciale evenementen en alumni. In totaal heeft Neso Taipei in 2008 deelgenomen aan 25 instroomfairs in Taiwan en de jaarlijkse Europese Higher Education Fair (EHEF) in Taipei georganiseerd. In totaal zijn er 32 thematische, 16 universitaire en 22 scholarship presentaties verzorgd in 2008 waarmee 2150 studenten zijn bereikt. De interactieve website en Taiwanese alumni zijn tevens belangrijke speerpunten in de promotiestrategie van het kantoor. In 2008 zijn er 24 edities van de Holland Alumni Newsletter gestuurd naar 13.000 contacten.

Neso Taipei speelt ook een belangrijke bemiddelende rol in het stimuleren van institutionele samenwerking. Aanvullend op de bestaande samenwerkingsverbanden tussen Nederlandse en Taiwanese hoger onderwijsinstellingen zijn er 6 nieuwe overeenkomsten getekend door de volgende instellingen: Nijenrode Business University, TiasNimbas, Rijksuniversiteit Utrecht, Universiteit Twente, TU Eindhoven, HAS Den Bosch en Rijksuniversiteit Groningen. Dankzij de goede contacten met de Taiwanese pers, zijn er 12 items gerealiseerd in kranten, 2 op TV en 15 items op de radio.

Ontwikkelingen

Jaarlijks gaan ongeveer 60.000 Taiwanese studenten in het buitenland studeren, voornamelijk in de Verenigde Staten, Verenigd Koninkrijk, Canada, Australië, Japan en China. De Amerikaanse dominantie op de internationale onderwijsmarkt in Taiwan hangt samen met de nauwe banden die de twee landen onderhouden en het feit dat Taiwan voor zijn veiligheid afhankelijk is van de Verenigde Staten. Hoewel de Verenigde Staten nog steeds het grootste deel van de Taiwanese studenten voor hun rekening nemen, is het aantal Taiwanese studenten in de VS sterk gedaald van zo'n 32.000 studenten in 1996 tot ongeveer 28.000 studenten het afgelopen jaar. Amerikaanse onderwijsinstellingen ondervinden bij het werven van Taiwanese studenten in toenemende mate concurrentie van andere landen, vooral van het Verenigd Koninkrijk, Canada en Australië.

Dankzij de Europese onderwijssamenwerking (d.w.z. de jaarlijkse European Higher Education Fair in Taipei op initiatief van Neso Taipei, een beurs die zich in de loop der jaren heeft ontwikkeld tot een gebeurtenis

van groot belang) heeft Nederland een deel van het marktaandeel van de dominante Engelstalige landen weten te veroveren. Steeds meer Taiwanese studenten gaan in Nederland studeren. Het NTIO in Taipei heeft 269 visa aan Taiwanese studenten verstrekt in 2007, een toename van 38% ten opzichte van 2006. In 2007-2008 studeerden in totaal 110 Taiwanese studenten in het bekostigd Nederlands hoger onderwijs. Een andere belangrijke kans voor de promotie van het Nederlandse hoger onderwijs in Taiwan is gelegen in stimuleringsregelingen voor topstudenten, d.w.z. gezamenlijke sponsoring door ondernemingen in Taiwan en universiteiten in Nederland.

Op last van de Taiwanese Minister van Onderwijs accepteren Taiwanese universiteiten de studiepunten die Taiwanese studenten hebben behaald aan Nederlandse onderwijsinstellingen alleen als officiële studiepunten wanneer de Nederlandse onderwijsinstelling voorkomt op een lijst van erkende instellingen van het Ministerie van Onderwijs (OCW). Dit is tevens relevant voor het verkrijgen van een door de Taiwanese overheid aangeboden lening met lage rente voor een studie in het buitenland.

Neso Vietnam

Status en oprichting

Neso Vietnam is in februari 2006 opgericht. Dit was het eerste kantoor dat in fase 2 van het Neso-programma werd opgericht. Het kantoor is gevestigd in Ho Chi Minh City. Momenteel heeft Neso Vietnam, inclusief de directeur, 5 staf leden.

Specifieke promotieactiviteiten

Neso Vietnam heeft ten behoeve van de generieke promotie promotiemateriaal ontwikkeld, seminars georganiseerd, pre-departure briefings gehouden enz. Promotie via digitale media staat hoog op de prioriteitslijst van Neso Vietnam. Neso Vietnam geeft online voorlichting aan studenten, plaatst banners op populaire websites, ontwikkelt drie soorten nieuwsbrieven enz. Als nieuwe promotieactiviteit heeft Neso Vietnam contact gelegd met Friesland Foods Campina om Vietnamese studenten te sponsoren voor hun studie in Nederland, dat heeft geresulteerd in het Friesland Foods Campina Neso scholarship project. Om het beeldmerk te promoten heeft Neso Vietnam advertenties geplaatst in kranten en op websites en een email-campagne uit onder 6000 studenten uitgevoerd.

Ook heeft Neso Vietnam een tour gemaakt langs 46 Vietnamese universiteiten: Dit wordt gedaan voor generieke promotie, corporate communication en concrete matchmakings- en institutionele samenwerkingsmogelijkheden. Neso Vietnam maakt veel gebruik van "free publicity", persberichten en digitale media. Sinds 2008 wordt samengewerkt met Tuoi Tre (Youths), een krant met ca. 4 miljoen online lezers.

Ontwikkelingen

De structuur en het bestuur van het hoger onderwijs in Vietnam lopen enorm achter op de ontwikkelingen in zowel samenleving als economie. Jaarlijks stromen meer dan 1,5 miljoen mensen in op de arbeidsmarkt. Slechts 6 à 8% van hen heeft hoger onderwijs gevolgd. De voornaamste bottleneck voor het in stand houden van de huidige economische groei is het tekort aan goed gekwalificeerde technici en aan personeel in het midden- en hoger kader. De overheid focust in hoge mate op uitbreiding van het aantal studieplaatsen in het hoger onderwijs maar besteedt daarbij relatief weinig aandacht aan kwaliteit. Ondanks de groei moeten maar liefst 985.000 jongeren na de middelbare school nog een jaar wachten op het volgende toelatingsexamen, of zich aanmelden voor een beroepsopleiding, of meteen gaan werken of in het buitenland gaan studeren. Naar schatting zullen in 2009 zo'n 30.000 Vietnamese studenten op zoek gaan naar een studieplaats in het buitenland. Deze stijging van 50% ten opzichte van 2008 (20.000) is het gevolg van de grote economische groei en van het feit dat men steeds meer ervaring heeft met studeren in het buitenland.

De landen die als gevolg van de groeiende Vietnamese vraag naar internationaal hoger onderwijs de meeste studenten opnemen, zijn de Verenigde Staten en Australië, maar ook Maleisië, Singapore en China. Zowel de VS als Australië heeft in 2007 50% meer studentenvisa afgegeven (4.093 en 3.845). Van de studenten volgt 50% een opleiding aan een language high school of community college. Deze voorkeur voor het volgen van voorbereidende wetenschappelijke programma's is ook waarneembaar in het Verenigd

Koninkrijk, zij het dat het totale aantal studenten daar niet stijgt (stabiel op 1.300).

In de periode 2008-2009 studeerden er 271 Vietnamese studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. Voor de Vietnamese onderwijsmarkt is het Nederlandse hoger onderwijs vooral interessant vanwege het hbo-systeem en vakken zoals watermanagement, voedseltechnologie, milieustudies, horeca en havenbeheer. Ook het feit dat de overheid informeel te kennen heeft gegeven het Nederlandse hbo-systeem te willen invoeren om het land de beschikking te geven over het hoognodige personeel, geeft aan dat het Nederlandse hoger onderwijs in Vietnam een goede reputatie heeft.

Neso Mexico

Status en oprichting

Neso Mexico is op 6 februari 2007 officieel geopend in Mexico city en is het eerste Neso-kantoor dat in Latijns-Amerika door de Nuffic is opgericht. Op het kantoor zijn 4 personen werkzaam, inclusief de directeur.

Specifieke promotieactiviteiten

Neso Mexico promoot het gehele Nederlandse hoger onderwijsaanbod maar schenkt ook speciale aandacht aan de meest populaire vakgebieden (business en engineering) en postgraduate opleidingen. Naast het vertalen en drukken van de Study in Holland materialen, zijn er ook publicaties over twee genoemde vakgebieden gerealiseerd. In 2008 is ook veel aandacht gegeven aan een landelijke promotie via instroomfairs (14 in 18 steden) en presentaties (29 in totaal) op fairs, het Neso-kantoor en universiteiten. Inmiddels is er sinds de oprichting een uitgebreide database van 7.000 contacten beschikbaar die regelmatig via een newsletter geïnformeerd worden over Neso-activiteiten en Study in Holland. In 2008 is een start gemaakt met het oprichten van een nieuwe Netherlands Alumni Network Mexico en zijn Mexicaanse en Nederlandse bedrijven benaderd voor een nieuw scholarship fund voor study in Holland.

Neso Mexico heeft een pro-actieve rol gespeeld in de stimulering van de institutionele samenwerking tussen Nederlands en Mexicaanse hoger onderwijsinstellingen. Hiervoor zijn in 2008 Nederlandse instellingen actief benaderd en zijn bezoeken aan 9 Mexicaanse universiteiten gebracht.

In 2008 zijn er verschillende *free publicity* items over Neso/Study in Holland (18 in totaal) gepubliceerd in de Mexicaanse media dankzij een aantal grote evenementen, persberichten van Nederlandse instellingen en Neso Mexico. Ook heeft het kantoor 7 betaalde advertenties in print en digitale media geplaatst naast bekendheid via Google pay-per-click.

Het kantoor voert marktonderzoeken uit zoals de Neso Student Survey gericht op aankomende Mexicaanse studenten en "Mapping out Mexico", een analyse van Mexicaanse universiteiten.

Ontwikkelingen

De Mexicaanse regering heeft geen duidelijk ontwikkelde internationaliseringstrategie, maar er is binnen het hoger onderwijs wel degelijk een internationaliseringstrend waarneembaar, met als gevolg dat er een sterke vraag naar nieuwe samenwerkingsprojecten bestaat, vooral gericht op Europa.

Mexico heeft een grote en relatief jonge bevolking: in totaal 107,4 miljoen inwoners, een derde van de bevolking is jonger dan 15 jaar en de gemiddelde leeftijd is 27 jaar. De studentenpopulatie blijft groeien (op dit moment zijn er 2,23 miljoen studenten). Een kleine groep studenten kan het zich permitteren om aan één van de dure private Mexicaanse universiteiten te studeren, waar de inschrijfkosten per semester tot US\$ 6.000 kunnen oplopen. Aannemelijk is dat deze studenten het zich ook kunnen veroorloven in het buitenland te studeren.

De Verenigde Staten blijft de eerste keus als het gaat om studeren in het buitenland, maar Europa wordt

steeds populairder. Dat heeft onder andere te maken met de kwaliteit van het onderwijs, traditionele culturele en academische betrekkingen (met Spanje, Frankrijk, etc.), veiligheid, manier van leven en culturele en linguïstische diversiteit. Nederland zou meer bekendheid kunnen krijgen als Europese studiebestemming. In 2007-2008 studeerden 188 Mexicaanse studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. Het aantal visumaanvragen is in 2007 gestegen, en Neso Mexico ontvangt steeds meer Mexicaanse studenten die overwegen in Nederland te studeren.

Concurrentie van andere landen, met name de Verenigde Staten, vormt voor Europese landen de belangrijkste uitdaging op de Mexicaanse onderwijsmarkt. In Mexico wordt het hoger onderwijs in de Verenigde Staten vaak hoger aangeslagen dan dat in Europa. Een andere factor die Europa op achterstand zet is dat erkenning van een Europese academische graad in Mexico soms moeilijker te realiseren is dan de erkenning van een in de Verenigde Staten behaalde graad.

Neso Zuid-Korea

Status en oprichting

Het Neso-kantoor in Zuid-Korea is geopend op 29 oktober 2008 door Maxime Verhagen, Minister van Buitenlandse Zaken. In het Neso-kantoor zijn momenteel 4 personen werkzaam, waaronder de directeur. Neso Zuid-Korea is gevestigd in het Square Building, Kwanghwamun in het centrum van de hoofdstad Seoul.

Specifieke promotieactiviteiten

Neso Zuid-Korea heeft in oktober 2008 deelgenomen aan de grootste studentenfair in Seoul en Busan waaraan ook 14 Nederlandse hoger onderwijsinstellingen deelnamen. Ook heeft het kantoor een presentatie voor uitwisselingsstudenten verzorgd op de Seoul National University. Op dezelfde universiteit is tevens in november 2008 de Nederlandse deelname aan de EU-dag georganiseerd. Momenteel is het kantoor in contact met Nederlandse multinationals om hen te interesseren voor deelname aan op te richten scholarship fund voor Koreaanse studenten in het kader van het Orange Tulip Scholarship programme.

Neso Zuid-Korea heeft bezoeken afgelegd aan 5 top universiteiten, het Koreaanse Ministerie van Onderwijs en het National Institute for Education Development in Korea om de samenwerking met de Nederlandse instellingen en de Nuffic te bevorderen.

Bij de opening van het kantoor was er veel aandacht van de media, mede doordat de opening door de minister van Buitenlandse Zaken werd verricht. In het kader van de opening van het kantoor in oktober zijn er persberichten naar een groot aantal Koreaanse media gestuurd. Tenminste één artikel in een groot landelijk dagblad is hierover gepubliceerd.

Ontwikkelingen

Onderwijs heeft in Zuid-Korea een zeer hoge prioriteit voor zowel de overheid als de individuele burgers (gezinnen). Internationalisering van het hoger onderwijs staat hoog op agenda van de overheid en hoger onderwijsinstellingen, die er voortdurend op gewezen worden dat de internationale oriëntatie moet worden versterkt.

Koreanen zijn gewend om veel te betalen voor het onderwijs van hun kinderen. Maar liefst 19% van het gezinsinkomen – het hoogste percentage ter wereld – wordt besteed aan tertiair onderwijs. Koreanen zijn er aan gewend om hun kinderen naar het buitenland te sturen voor hun onderwijs, vaak al vanaf de middelbare school of eerder. Het aantal Koreaanse studenten in het buitenland is aanzienlijk, namelijk 217.959 (2007). Het aantal in Nederland studerende Koreaanse master-studenten is in 2007 verdubbeld in vergelijking met 2006. In 2007-2008 studeerden 282 Koreaanse studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. Er zijn indicaties dat steeds meer Koreaanse studenten niet het geijkte stramen volgen – studeren in de Verenigde Staten – maar op zoek gaan naar specifieke studies in voor hen relatief onbekende Europese landen. Deze studenten willen hun academische doelstellingen realiseren en tegelijkertijd multiculturele ervaring opdoen.

Koreaanse universiteiten zijn interessante partners voor de Nederlandse universiteiten en hogescholen, op vrijwel alle terreinen: graduate en undergraduate onderwijs, onderzoek, stafuitwisseling, etc. Een interessant gebied voor samenwerking is kwaliteit en vernieuwing van het hoger onderwijs. Zuid-Korea streeft naar onderwijskundige modernisering (meer creativiteit, probleemgestuurd onderwijs, etc.) maar heeft daar niet veel ervaring mee. Nederland heeft op dit terrein zeker het nodige te bieden. Aantrekkelijke punten die Nederland voor Zuid-Koreanen ook te bieden heeft zijn de redelijk centrale ligging van Nederland in Europa, 'value for money' (collegegelden zijn relatief gezien niet zo hoog) en bepaalde vakgebieden zoals architectuur hebben door o.m. Rem Koolhaas een goede naam.

Neso Brazilië

Status en oprichting

Neso Brazilië werd geopend op 11 december 2008 door de Algemeen Directeur van de Nuffic, Van den Eijnden, en is formeel geregistreerd als een stichting in Brazilië. Het kantoor is centraal gevestigd in de hoofdstad Brasilia, te midden van ministeries, ambassades, lokale overheden en hoger onderwijsinstellingen. Inmiddels zijn er – naast de directeur – 3 lokale krachten aangetrokken.

Specifieke promotieactiviteiten

Aangezien het kantoor officieel in december 2008 is geopend, is het aantal gerealiseerde promotieactiviteiten beperkt. Voorafgaand aan de opening heeft de Nuffic in september 2008 een Brazilië-seminar georganiseerd voor Nederlandse instellingen in Nederland en deelgenomen aan twee onderwijsfairs in, Belo Horizonte en São Paulo. Er is inmiddels een start gemaakt met het voorlichten van studenten.

De directeur heeft tot nu toe aan 4 Nederlandse en 4 Braziliaanse instellingen ondersteuning verleend bij projecten en overige formele samenwerkingsverbanden.

Naar aanleiding van de deelname aan de fair in Belo Horizonte is een quote van de Neso-directeur geplaatst op de website van PUC Minas.⁵¹ Ook is een artikel geplaatst in Holland Business Bulletin. Ter gelegenheid van de opening van het kantoor zijn persberichten gestuurd naar verschillende Braziliaanse en Nederlandse media.

Ontwikkelingen

In de afgelopen decennia is het aanbod in het hoger onderwijs toegenomen. Vooral in de laatste tien jaar – met de liberalisering van het hoger onderwijs – is het aantal private hoger onderwijsinstellingen exponentieel gegroeid. Het aantal plaatsen binnen het publieke onderwijs was niet geheel toereikend. Bijna 90% van alle hoger onderwijsinstellingen is momenteel een private instelling. De regering streeft ernaar het aantal plaatsen binnen het publieke hoger onderwijs uit te breiden. Ondanks de uitbreiding zal het aanbod van publiek en privaat hoger onderwijs naar verwachting niet toereikend zijn voor de vraag, omdat het aantal studenten in het hoger onderwijs snel blijft stijgen.

Het aantal studenten dat in het buitenland studeert is, mede dankzij de beursprogramma's, gegroeid. Volgens gegevens over het hoger onderwijs van de OESO studeerden in 2005 ongeveer 20.000 Brazilianen in het buitenland. Gezien de potentie is dit aantal nog klein, maar wel is er sprake van groei: afgezet tegen de cijfers van 2000 betekent het een verdubbeling van het aantal in het buitenland studerende hoger onderwijsstudenten.

51 www.pucminas.br/home/pagina.php?codigo=2701&PHPSESSID=f1d8bd3b3b6e837e0a809730b3e91370.

In 2007-2008 studeerden 155 Brazilianen in het hoger onderwijs in Nederland. De meeste studenten die in het buitenland studeren gaan naar de Verenigde Staten (in 2005 7.566 Brazilianen). Andere belangrijke bestemmingslanden zijn, in volgorde van aantallen Braziliaanse studenten (aflopend in aantallen van 1.846 tot 1.132): Frankrijk, Spanje, Portugal, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

In Brazilië weet men meer over Nederland dan wij over Brazilië weten. Nederland heeft in Brazilië doorgaans een positief imago. Dit positieve imago van Nederland is gedeeltelijk terug te voeren op de Nederlandse geschiedenis in Brazilië en de kennis daarvan.

Nederland en Brazilië hebben op 11 april 2008 een memorandum of understanding getekend waarin zij overeenkomen de onderlinge samenwerking op het gebied van onderwijs en onderzoek actief te bevorderen. Op 12 december 2008 is een samenwerkingsovereenkomst tussen de Nuffic en CAPES ondertekend. De samenwerking met CAPES voorziet onder andere in het uitbrengen van een 'Call for Proposals' in januari 2009 waarop hoger onderwijsinstellingen aan beide zijden zich kunnen inschrijven voor het opzetten van samenwerkingsprojecten op verschillende niveau's en in vrijwel alle kennisgebieden. De samenwerking tussen de Nuffic en CAPES schept voor het Nederlandse hoger onderwijs nieuwe kansen om tot goede werkrelaties te komen met Braziliaanse counterparts. Hierbij wordt gedacht aan PhD-trajecten en double en joint degrees, maar ook aan curriculumopbouw en docent- en studentuitwisselingsprojecten op alle niveaus.

Verder heeft Neso Brazilië in 2008 contacten gelegd met de Brazilian Federal Agency for Support and Evaluation of Graduate Education.

Neso India

Status en oprichting

De Nuffic heeft in 2007 een haalbaarheidsonderzoek naar een Neso-kantoor uitgevoerd. Op basis hier van heeft de Nuffic in samenwerking met Economische Voorlichting Dienst (EVD) een Neso/Study in Holland Desk geopend in Ahmedabad op 29 september 2008. De promotieactiviteiten worden door één lokaal staf lid (education promotion officer) uitgevoerd in Ahmedabad. Een tweede desk is in oprichting in Chennai, met ook daar één lokaal aangestelde education promotion officer. De beide desks zijn onderdeel van de Netherlands Business Support Office (NBSO) van de EVD. De Neso-desks in India worden inhoudelijk door de Nuffic aangestuurd, waaraan ook inhoudelijk verantwoording wordt afgelegd.

Specifieke promotieactiviteiten

Aangezien de Neso-/Study-in-Holland desk bij de NBSO Ahmedabad nog niet zo lang geleden is geopend, is het aantal gerealiseerde promotieactiviteiten tot nu toe nog beperkt. De Neso-desk heeft in november 2008 deelgenomen aan de European Higher Education Fair in New Delhi. Er is een start gemaakt met het voorlichten van Indiase studenten. Dit zal het komende jaar worden uitgebreid.

Ontwikkelingen

India heeft de op drie na grootste economie ter wereld (na de Verenigde Staten, Japan en China) met een BBP van meer dan US\$ 1 biljoen. Volgens aanbevelingen van de Indiase National Knowledge Commission moet het aantal personen in de leeftijdsgroep van 17 tot 23 jaar dat hoger onderwijs volgt, in 2015 met minstens 15% zijn gestegen. India is de op één na grootste bronmarkt voor internationale studenten. In 2005 studeerden ongeveer 130.000 Indiase studenten in het buitenland. In 2025, het jaar waarin India naar verwachting China zal inhalen als land met de meeste inwoners, zullen er waarschijnlijk zo'n 300.000 Indiase studenten aan een universiteit in het buitenland studeren. In India kan niet worden voldaan aan de vraag naar internationaal hoger onderwijs en bestaat er een grote vraag naar vanwege de betere baan en carrièrevooruitzichten door studeren in het buitenland.

Qua wetenschappelijk en technisch personeel beschikt India over het op een na grootste arbeidspotentieel ter wereld. Dit is vooral te danken aan de uitstekende instellingen voor hoger onderwijs in de technische sector. Er zijn alleen al 1,4 miljoen software engineers in India, en dit aantal groeit jaarlijks met ruim 14.000. De Indiase software-industrie is een van de best presterende sectoren van het land, en is de afgelopen jaren jaarlijks met ruim 60% gegroeid.

Van oudsher zijn de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk de twee voornaamste spelers op de Indiase onderwijsmarkt. In een later stadium zijn daar Australië, Canada en Ierland bijgekomen en hun marktaandeel groeit snel. Ook Duitsland en Frankrijk hebben zich recentelijk ontwikkeld tot grote marktspeelers. Nederland is op de Indiase onderwijsmarkt in het voordeel (ten opzichte van de Amerikanen en Britten) wat betreft het collegegeld. India wil zelf ook het Indiase hoger onderwijs als een specifiek merk positioneren en werkt daartoe aan een strategie en actieplan. Het land heeft programma's ontwikkeld om buitenlandse studenten aan te trekken, en ieder jaar komen er zo'n 14.000 studenten naar India om hoger onderwijs te volgen.

In 2007-2008 studeerden 276 Indiase studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. Nederlandse hoger onderwijsinstellingen kunnen veel winnen bij een strategische promotie van het Nederlandse hoger onderwijs in India en ook promoten dat Nederland zo'n 1.400 studieprogramma's in de Engelse taal heeft. Op de meeste Indiase universiteiten wordt in het Engels lesgegeven. Jaarlijks gaan er 190.000 Indiase studenten aan een buitenlandse universiteit studeren. Dat zou 1.500 studenten per jaar betekenen. Veel studenten die in het buitenland hebben gestudeerd kiezen er voor om in het land waar zij gestudeerd hebben te blijven, of kiezen na afronding van hun studie voor een ander woon- en werkland. Er bestaat op het niveau van afzonderlijke onderzoeksuniversiteiten en universiteiten voor toegepaste wetenschappen reeds een groot aantal samenwerkingsprojecten en uitwisselingsprogramma's met Indiase instellingen voor hoger onderwijs. Nederlandse bedrijven en universiteiten zouden deze academische samenwerking graag verder uitbreiden.

Neso Rusland

Status en oprichting

Neso Rusland is operationeel geworden in 2007. De juridische status (officiële registratie) is pas in november 2008 geregeld. Dit werd veroorzaakt door tijdrovende procedures in Rusland. Vanwege het ontbreken van een vaste verblijfsvergunning moest de Neso-directeur veel heen en weer tussen Nederland en Rusland reizen. Het kantoor zal in februari 2009 officieel geopend worden. Het Neso- kantoor is gevestigd in Moskou in de All State Library for Foreign Literature. Momenteel heeft Neso Rusland, inclusief de directeur, 4 personeelsleden.

Specifieke promotieactiviteiten

De generieke promotie is vooral gedaan via voorlichting aan studenten op het kantoor, deelname aan congressen, 37 seminars en 4 onderwijsbeurzen. In juni-juli 2008 zijn 2 pre-departure briefings georganiseerd waaraan 26 studenten deel hebben genomen. In de zomer van 2008 heeft de Nuffic de url's gekocht voor Neso Rusland: www.nesorussia.org. Eind september kon de website van Neso Rusland online. De promotie van het beeldmerk is ook door de Neso Rusland uitgevoerd door het plaatsen van advertenties in onderwijs- en carrièrekranten en op verschillende websites.

Zes Nederlandse instellingen zijn actief ondersteund bij het realiseren van institutionele samenwerking, bijvoorbeeld door het selecteren van potentiële partners, en het organiseren en voorbereiden van bezoeken aan Russische instellingen. Neso Rusland heeft voor een grote Russische delegatie een seminar georganiseerd over onder meer de transitie van het oude Nederlandse hoger onderwijssysteem naar het bama-stelsel en over de implementatie van het ECTS- studiepuntenstelsel. Wegens succes zal Rusland tot in 2010 nog 4 hoger onderwijs delegaties naar Nederland op cursus sturen waarin de beste universiteiten vertegenwoordigd zullen zijn.

Neso Rusland heeft een eerste inventarisatie gemaakt van Nederlands-Russische samenwerkingsverbanden, een database van agenten en heeft 65 studenten surveys gehouden.

Ontwikkelingen

Rusland heeft de Bologna Declaratie geratificeerd en een federale wet uitgevaardigd die in 2007 een systeem voor hoger onderwijs in twee fasen zal introduceren. Het behalen van een master in Rusland kan in het nieuwe tweefasensysteem vanwege de sterke concurrentie en de vermoedelijk hoge kosten wel eens moeilijk worden, en in die context zou studeren in het buitenland voor steeds meer Russische studenten een alternatief kunnen worden. Om te overleven in de huidige context van toenemende concurrentie moeten hoger onderwijsinstellingen in Rusland hun positie versterken, en een internationaal partnerschap verhoogt het prestige van een universiteit. Nederlandse instellingen voor hoger onderwijs kunnen inspelen op dit feit en proberen op een aantal gebieden samenwerkingsverbanden aan te gaan. De Russische arbeidsmarkt heeft een sterke voorkeur voor werknemers die beschikken over praktische, werkgerelateerde vaardigheden. Hoger onderwijsinstellingen in het buitenland die kunnen voorzien in die behoeften zouden voor Russische studenten heel interessant kunnen zijn.

De mogelijkheden op de Russische onderwijsmarkt worden negatief beïnvloed door de negatieve (netto) bevolkingsgroei. Dat zal in de nabije toekomst waarschijnlijk ook een weerslag hebben op het hoger onderwijs.

Volgens de meest recente gegevens zijn er in 2006 ongeveer 45.000 Russische studenten in het buitenland gaan studeren. Enkele jaren geleden waren dat er nog maar 25.000. In 2007-2008 studeerden 497 Russische studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs. In vergelijking met Duitsland of het Verenigd Koninkrijk is dat een bescheiden aantal. Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Noorwegen, Finland en de Verenigde Staten zijn voor Russische studenten aantrekkelijke studielanden. Ook landen als China en Japan beginnen tegenwoordig populair te worden, zeker voor studenten uit Siberië en de meest oostelijk gelegen gebieden van de Russische federatie. Sommige landen bieden veel beurzen. Duitsland spant wat dit betreft de kroon; het land legt veel geld opzij om Russische studenten aan te trekken om zo nauwe banden met Rusland te onderhouden.

Neso Thailand

Status en oprichting

De juridische status (officiële registratie) is in december 2008 geregeld. Het kantoor zal op 6 maart 2009 officieel geopend worden door de algemeen directeur van de Nuffic. Het Neso-kantoor is gevestigd in Bangkok.

Specifieke promotieactiviteiten

Nog niet van toepassing.

Ontwikkelingen

De Thaise economie groeit de laatste jaren langzaam maar gestaag. Op de middellange termijn richt het beleid van de Thaise overheid zich op maatregelen om Thailand om te vormen tot een kenniseconomie met nadruk op innovatie.

De politieke situatie in Thailand is nog niet stabiel zoals bleek uit de demonstraties in Bangkok in de tweede helft van 2008 en de vele wisselingen in de Thaise regering.

De voornaamste kansen op de Thaise markt voor hoger onderwijs hangen samen met het feit dat het binnenlandse onderwijssysteem niet kan voldoen aan de vraag naar hoger onderwijs van goede kwaliteit. Thaise studenten noemen de betere kwaliteit van het buitenlandse onderwijs als voornaamste reden om in het buitenland te gaan studeren. De strijd om toelating tot de twintig prestigieuze openbare universiteiten is hevig: minder dan een kwart van de studenten die zich inschrijven wordt toegelaten. Private universiteiten zijn in aantal toegenomen in reactie op de groeiende vraag naar tertiair onderwijs. Deze private instellingen bieden over het algemeen echter onderwijs van mindere kwaliteit. Dit schept kansen voor buitenlandse aanbieders die kunnen voldoen aan de vraag naar hoger onderwijs van goede kwaliteit. Op dit moment studeren ruim 20.000 Thaise studenten in het buitenland, voornamelijk in de Verenigde Staten, Australië en het Verenigd Koninkrijk. Momenteel worden er steeds meer Europese landen, waaronder Nederland, gepromoot en voor veel Thaise studenten is Europa inmiddels een serieus alternatief voor traditionele studielanden zoals de Verenigde Staten en Australië. In 2007-2008 studeerden 160 Thaise studenten in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs.

Omdat steeds meer Thaise studenten eerst een studierichting in plaats van een studieland kiezen en niet langer gefixeerd zijn op de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk, gaat een steeds groter aantal van hen in Australië en Aziatische landen studeren. De populariteit van Australië vloeit voort uit de relatieve nabijheid van dit land en de lagere kosten, terwijl de populariteit van Aziatische landen zich laat verklaren aan de hand van economische factoren. China, Japan en andere Aziatische landen zoals Singapore en Taiwan hebben zich ontwikkeld tot nieuwe aantrekkelijke opties voor Thaise studenten die in het buitenland willen studeren. Thaise studenten zijn zich ervan bewust dat het Chinees in korte tijd een bijzonder belangrijke taal is geworden, en zien studeren in China als een goede voorbereiding op hun toekomst.

Thaise studenten die in het buitenland studeren geven te kennen dat de kosten de beslissende factor zijn bij hun keuze van een land. Een belangrijke factor voor Nederland in de werving van Thaise studenten is de concurrentie met andere gevestigde landen. De Verenigde Staten, Australië, Canada, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk hebben vertegenwoordigingskantoren in Thailand geopend en zijn heel actief in het promoten van hun internationale studieprogramma's op de studentenbeurzen die zij regelmatig organiseren. De belangrijkste voordelen van Nederland als studieland zijn (de factor nabijheid uitgezonderd) dezelfde als die van Australië, namelijk relatief lage kosten en een veilige omgeving. De aantrekkelijkheid van het Nederlandse hoger onderwijs wordt vooral negatief beïnvloed door de relatieve onbekendheid van Nederland in Thailand.

Bijlage 3:

Kwantitatief overzicht van promotie-activiteiten door de Neso's

Websites: het aantal website bezoekers in alle Neso-landen is gestegen, bijvoorbeeld in 2008 heeft China 71.569 en Mexico 62.882 website unieke bezoekers gehad.

Tabel 1 Webhits/bezoekers	2008	
	Visitors	Visits
China	71.569	103.841
Indonesië	88.109	123.634
Taipei	9.767	11.695
Mexico	62.882	74.803
Vietnam	53.275	41.336

Bron: Google analytics

Tabel 2 Hoeveel studenten worden voorgelicht op de Neso kantoren via de telefoon, e-mails en/of bezoek aan kantoor?

	2006	2007	2008
China	4440	6950	3855
Indonesië	3798	6487	6876
Taipei	1455	1648	3553
Vietnam	-	1985	2288

Generieke promotie van Nederlandse hoger onderwijs wordt voor een deel via deelname aan onderwijsfairs bereikt. Alle Neso's nemen deel aan internationale onderwijsfairs in het betreffende Neso-land of organiseren zelf een European Higher Education Fair (EHEF) of Holland Education Fairs zoals in Indonesië het geval is.

Tabel 3 Deelname van een Neso (in oprichting) aan een instroomfair in de periode 2003-2008, inclusief EHEF

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
China	9	9	20	19	16	32
Indonesië	14	15	16	16	18	34
Taipei	8	12	14	16	18	26
Mexico	*	*	*	*	12	18
Vietnam	*	*	*	9	7	9
Rusland	*	*	*	*	2	4
Zuid-Korea	*	*	*	*	*	1
Brazilië	*	*	*	*	*	2
India	*	*	*	*	*	1
Thailand	*	*	*	*	*	1

* er was nog geen Neso operationeel

Bijlage 4: Studenten uit een Neso-land in het Nederlands hoger onderwijs

Tabel 4 Studenten uit Neso-landen in het Nederlands bekostigd hoger onderwijs

	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
China	410	813	2078	3292	3880	3860	3584	3323
Indonesië	530	569	847	942	1050	1101	1077	1095
Taipei	18	33	33	44	62	84	99	110
Mexico	23	20	64	91	111	148	153	188
Vietnam	34	58	233	355	455	436	350	271
Rusland	227	255	220	306	418	459	464	497
Zuid-Korea	56	70	113	182	234	280	285	282
India	49	53	80	123	148	229	265	276
Brazilië	58	66	59	62	76	94	124	155
Thailand	20	21	20	24	24	112	122	160

Uit: Nuffic, Internationalisering in het onderwijs in Nederland – 2007. Studenten uit Neso-landen in het Nederlandse bekostigd hoger onderwijs, p. 73, Grafiek III-32 (bron: CBS/CFI) 2007-2008

Bijlage 5:

Peiling onder Nederlandse instellingen

Overzicht respondenten van de volgende instellingen:

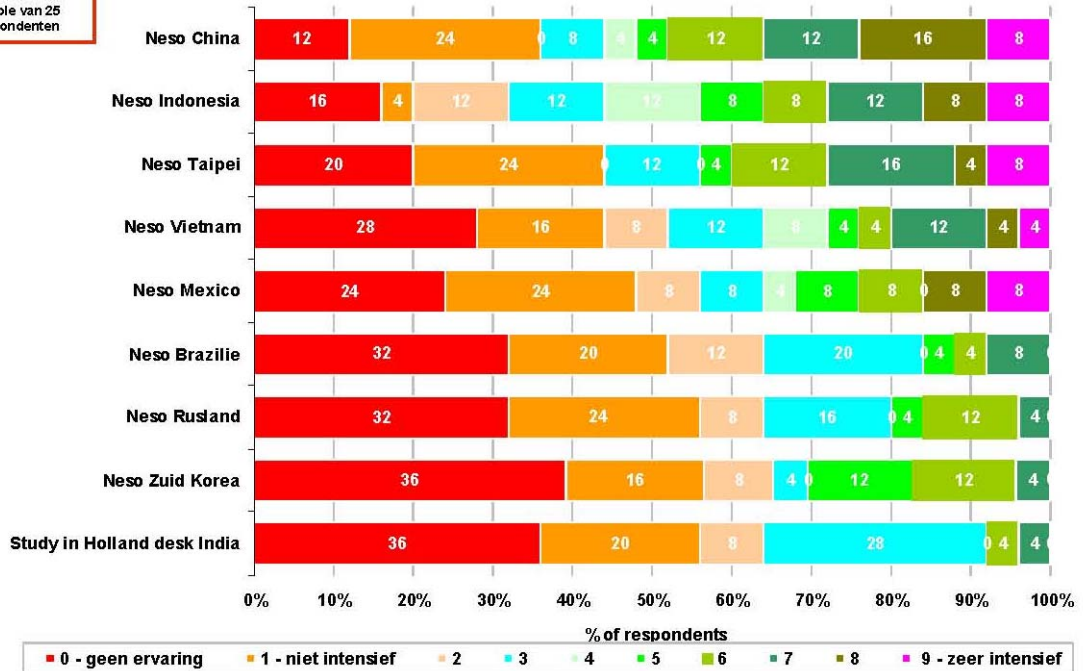
- Avans
- Erasmus Universiteit
- Fontys (x3)
- HAN (x2)
- HAS Den Bosch
- HKU
- Hogeschool Helicon
- Hogeschool Utrecht
- Hogeschool Zeeland
- Hogeschool Leiden
- INHolland (x2)
- NHTV
- Nyenrode Business Universiteit
- Rijksuniversiteit Groningen
- Rotterdam Business School
- Saxion University of Applied Sciences
- TU/e
- Universiteit Twente
- Universiteit Tilburg
- Vrije Universiteit van Amsterdam

Diagram 1:

Hoe intensief werkt u samen met de verschillende Neso's?

(1=niet intensief, 9=zeer intensief, 0=ik heb geen ervaring met deze Neso)

Data is gebaseerd op een kleine sample van 25 respondenten



Bron: Brainjuicer, Klant tevredenheid Nuffic Neso, januari 2009

Diagram 2:

Top 10 sterke- en minder sterke punten van de Neso's

Sterke punten		Minder sterke punten	
%	(25 respondenten)	%	(25 respondenten)
60	Promotie van NL	36	Niet van toepassing
44	Organisatie van beurzen	24	De communicatie met de instellingen over hun verkregen kennis van het
20	Goed platform voor marketing NL Hoger onderwijs	12	De informatie over agenten
16	N.v.t.	8	Kennis over het HBO in z'n algemeen en kunstonderwijs specifiek
16	Geen antwoord mogelijk (werk er niet mee samen)	8	Een aantal NESO's is erg onzichtbaar. Metname Mexico, Vietnam en
16	Controle documenten	8	Goede contacten NESO's vaak ook persoonsafhankelijk
8	Bevredigende antwoorden	4	Contacten zijn persoonsafhankelijk en aantal neso's is niet
8	Contacten leggen met andere instanties		
8	Toegankelijk		
4	Betrouwbare toetsing van buitenlandse studenten		

Sample: 25 respondenten

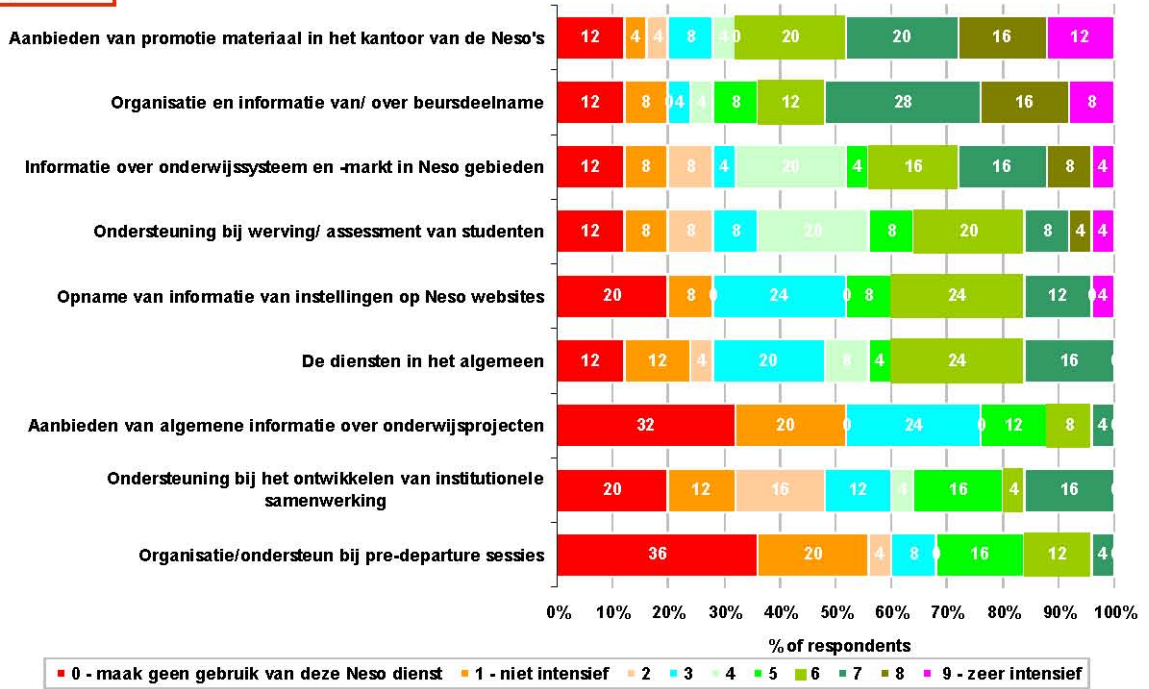
Bron: Brainjuicer, Klant tevredenheid Nuffic Neso, januari 2009

Diagram 3:

In welke mate maakt u gebruik van de volgende Neso diensten?

(1=niet intensief, 9=zeer intensief, 0=ik maak geen gebruik van deze Neso dienst)

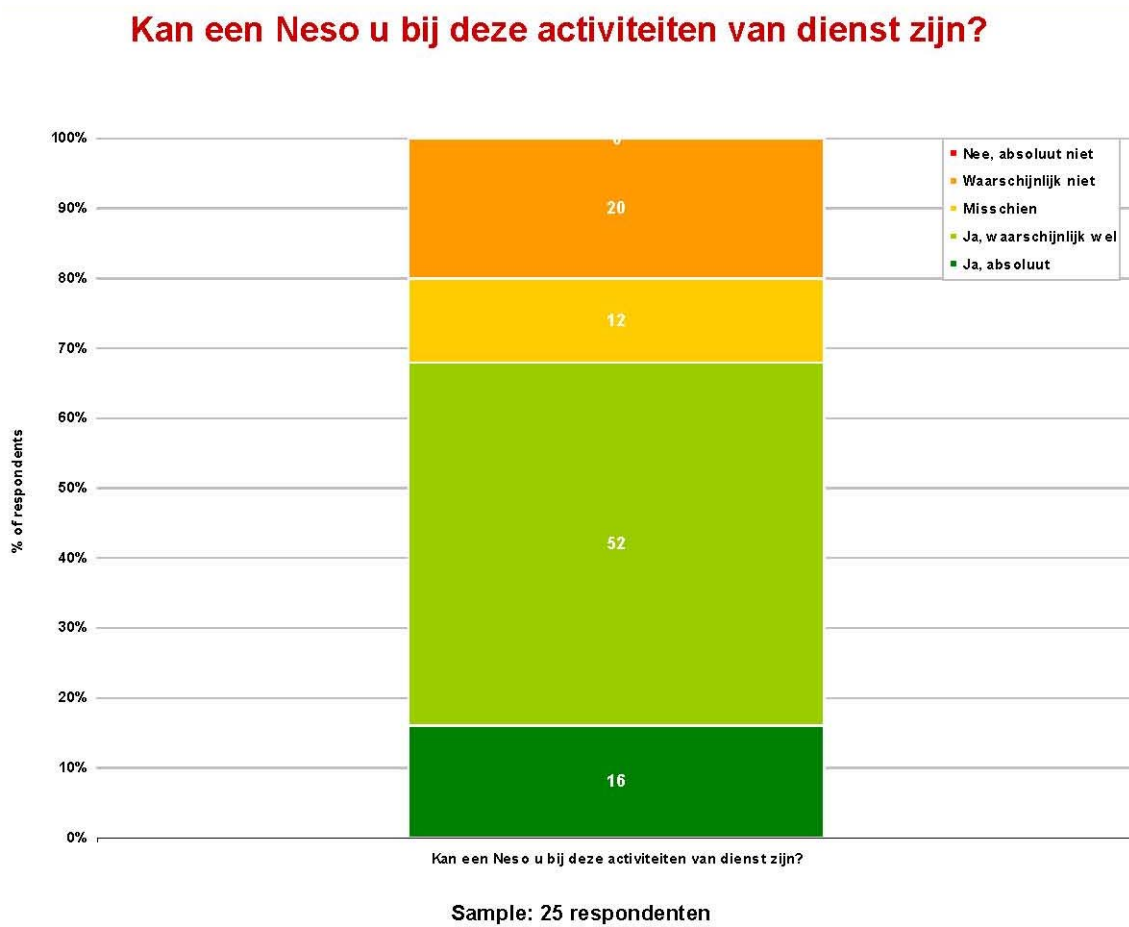
Data is gebaseerd op een kleine sample van 25 respondenten



Sample: 25 respondenten

Bron: Brainjuicer, Klant tevredenheid Nuffic Neso, januari 2009

Diagram 4:



Bron: Brainjuicer, Klant tevredenheid Nuffic Neso, januari 2009

Bijlage 6: Internationale vergelijking

Tabel 5: Percepties bij aankomende internationale studenten over studiebestemmingen

	Attractiveness	Reputation of a qualification from that country	Safety	Cost of education	Ease of obtaining a student visa	Ability to work in the country of obtaining my studies
Rang	% Attractive or very attractive	% good or very good	% good or very good	% low or very low	% easy or very easy	% good or very good
1	UK 95%	USA 99%	UK 96%	IND 71%	CHN 84%	AUS 84%
2	USA 93%	UK 97%	AUS 96%	THA 71%	IND 84%	CAN 82%
3	AUS 87%	CAN 95%	CAN 96%	CHN 68%	MAL 82%	NZL 82%
4	CAN 86%	FRA 95%	GER 95%	MAL 65%	THA 82%	SIN 79%
5	FRA 82%	GER 95%	NZL 95%	RSA 51%	SIN 77%	USA 75%
6	GER 79%	AUS 93%	FRA 93%	KOR 45%	KOR 73%	CHN 71%
7	NZL 67%	JAP 89%	SIN 92%	DUB 36%	DUB 71%	MAL 71%
8	SIN 64%	SIN 84%	NET 89%	SIN 35%	RSA 65%	DUB 70%
9	NET 63%	NZL 83%	USA 82%	GER 33%	NZL 60%	JAP 67%
10	JAP 60%	NET 83%	JAP 81%	NET 24%	AUS 55%	NET 66%
11	IRL 50%	IRL 73%	IRL 81%	FRA 23%	IRL 53%	IND 66%
12	CHN 45%	IND 64%	CHN 81%	IRL 23%	NET 51%	THA 66%
13	IND 39%	CHN 61%	KOR 79%	NZL 21%	JAP 48%	GER 64%
14	MAL 35%	KOR 58%	DUB 68%	JAP 17%	CAN 42%	IRL 64%
15	KOR 34%	DUB 55%	MAL 67%	AUS 14%	GER 41%	FRA 63%
16	DUB 33%	MAL 53%	IND 55%	CAN 13%	FRA 39%	RSA 63%
17	RSA 26%	RSA 47%	THA 48%	VK 4%	UK 34%	KOR 62%
18	THA 22%	THA 36%	RSA 42%	USA 4%	USA 17%	UK 60%

Bron: *i-graduate StudentPulse, 2007 Summary of Results (2008)*, tabel 1, p. 11

UK = United Kingdom/Verenigd Koninkrijk

USA = United States/Verenigde Staten

AUS = Australia / Australië

CAN = Canada/Canada

FRA = France/Frankrijk

GER = Germany/Duitsland

NZL = New Zealand/Nieuw-Zeeland

SIN = Singapore/Singapore

NET = Netherlands/Nederland

JAP = Japan/Japan

IRL = Ireland/Ierland

CHN = China/China

IND = India/India

MAL = Malaysia/Maleisië

Kor = South Korea/Zuid-Korea

DUB = Dubai/Dubai

RSA = South Africa/Zuid-Afrika

THA = Thailand/Thailand

Bijlage 7:

Bedrijfsvoeringprocessen van het Neso-programma

Positionering van de Neso's in de Nuffic

De Neso's zijn gepositioneerd bij de afdeling Promotie, directie Communicatie van de Nuffic. Dat betekent dat zij integraal onderdeel zijn van de afdeling Promotie. Aan het hoofd van een Neso staat een Nederlandse directeur die vanuit Nederland is uitgezonden en er wordt gebruik gemaakt van lokaal personeel met kennis van het (Neso-)land. De Neso-directeuren vallen rechtstreeks onder het hoofd Promotie en leggen aan hem verantwoording af. Het hoofd Promotie legt op zijn beurt verantwoording af aan de directeur Communicatie, die jaarlijks een managementcontract sluit met de Algemeen Directeur van de Nuffic over de te leveren prestaties. Binnen de afdeling Promotie is per januari 2008 een Neso-team ingesteld, dat zich als een soort van back-office specifiek bezighoudt met de inhoudelijke begeleiding en uitvoering van het Neso-programma. Het Neso-team bestaat uit een teamleider, twee communicatie-adviseurs, een communicatiemedewerker en – sinds 1 januari 2009 – een financieel medewerker. De Neso-directeuren en het management van de afdeling en de directie ontmoeten elkaar tweemaal per jaar, in beginsel eenmaal voor terugkomdagen in Den Haag en eenmaal voor 'review days' in één van de Neso-landen.

Kwaliteitsmanagement

De Nuffic streeft ernaar dat in 2010 het Neso-programma ISO gecertificeerd is. ISO-certificering van het Neso-programma draagt eraan bij dat de Nuffic de klanten van Neso's goed van dienst kan zijn als zij de kwaliteit van haar organisatie, de primaire processen en de planning & control goed op orde heeft. De ISO-certificering van het Neso-programma richt zich op de volgende processen:

- het primaire proces, dat wil zeggen de promotie van het Nederlandse hoger onderwijs in de Neso-landen;
- het bedrijfsvoeringsproces: de functies Personeel, Informatie(voorziening), Organisatie, Financiën, Automatisering, corporate Communicatie en Huisvesting.

Bovenop het algemene Neso-Handboek wordt elk Neso kantoor voorzien van *local guidelines*.

Personeel

Uitzendvoorwaarden voor Nederlandse Neso directeuren

De Nuffic heeft veel moeten regelen voor de uitzending naar het buitenland van Nederlandse Neso-directeuren, die in dienst zijn van de Nuffic. Het gaat daarbij om salaris, pensioen, huisvesting, verhuiskosten, terugkeerregelingen, vergoedingen voor gezin e.d. Daarbij is de Nuffic ook ondersteund door PricewaterhouseCoopers (PWC). De Nuffic heeft in 2007 voor alle uitgezonden Neso-directeuren, uitzendcontracten opgesteld waarin alle uitgangspunten, voorwaarden en regels zijn vastgelegd. Het centrale uitgangspunt in de uitzendcontracten is dat een uitgezonden medewerker een beloning ontvangt die gebaseerd is op de beloning die de medewerker in een vergelijkbare functie in Nederland zou hebben ontvangen. Dat betekent bijvoorbeeld dat het salaris gecorrigeerd wordt voor verschillen in kosten van levensonderhoud en verschillen in belastingdruk.

In 2007 en 2008 hebben de Neso-directeuren als werknemer en de directeur Communicatie van de Nuffic als werkgever de uitzendcontracten ondertekend. Door deze formalisering is het uitzenden van Nederlandse Neso-directeuren in het buitenland verder geprofessionaliseerd. Inmiddels gelden voor alle

door de Nuffic uitgezonden directeuren dezelfde voorwaarden.

Lokaal personeel

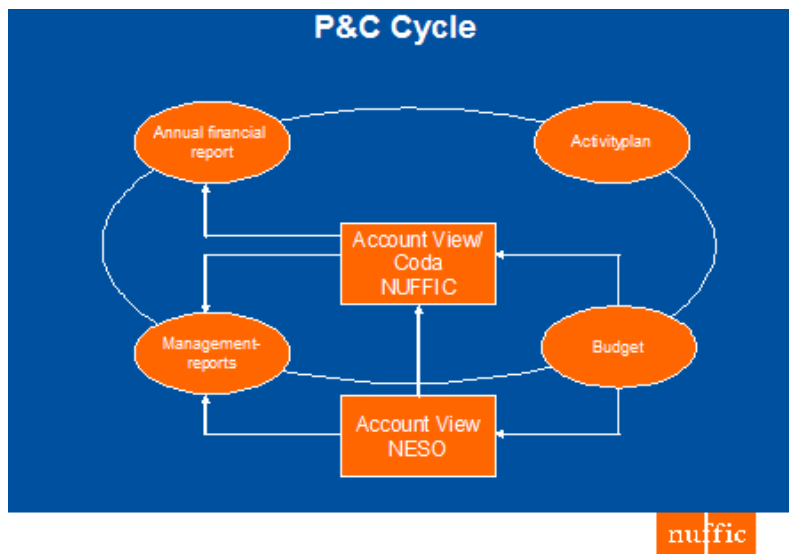
Sinds 2008 hebben alle Neso's dezelfde functieprofielen voor het lokale personeel (zie organogram in bijlage 1). Lokaal personeel bij een Neso wordt in beginsel ingehuurd via een uitzendbureau en is niet vast in dienst bij de Nuffic. De Neso-directeur is hiervoor verantwoordelijk. De Neso-kantoren zullen meer aandacht geven aan teambuilding binnen de respectievelijke kantoren, transparante salarisstructuren gebaseerd op salarisschalen zullen verder doorgevoerd worden. Daarnaast zullen functioneringsgesprekken plaatsvinden.

Planning en controlcyclus

In 2007 is binnen het kader van de algehele reorganisatie van de Nuffic de planning en control van de Neso-kantoren ingebed in de planning en control cyclus van de Nuffic. Wat de planning en control betreft worden twee niveaus onderscheiden. Het eerste niveau is de planning en control cyclus van de directie Communicatie. De Neso-kantoren maken daar integraal onderdeel van uit. Daarnaast is een tweede niveau te onderscheiden, namelijk de planning en control cyclus van de Nuffic waarvan de directie Communicatie onderdeel uitmaakt. De Neso's volgen dezelfde wijze van rapportage als voorgeschreven door de afdeling Planning en Control, directie Bedrijfsvoering van de Nuffic. Alle Neso-kantoren gebruiken hetzelfde format om hun kwartaal en jaarlijkse rapporten op te maken.

De Neso-directeur is verantwoordelijk voor het implementeren van het Nuffic beleid door het uitvoeren van de activiteiten zoals die voor het betreffende land in het activiteitenplan zijn opgenomen. Ook zorgt de Neso-directeur voor de verantwoording van alle activiteiten en voor een tijdige, volledige en betrouwbare vastlegging in de financiële boekhoudsystemen. In de financiële boekhoudsystemen vindt niet alleen vastlegging van de financiële transacties plaats maar wordt ook tijd geregistreerd. De Neso-directeur moet zich houden aan de kaders, richtlijnen en formats zoals door de Nuffic zijn opgesteld. De boekhouding van het Neso-programma is geprofessionaliseerd door middel van het implementeren van het boekhoudprogramma Accountview. Daarmee wordt bewerkstelligd dat de consolidatie van de administratie van de Neso kantoren en de Nuffic gegarandeerd is. Via een interface worden de administraties van de Neso kantoren geïntegreerd in de Nuffic administratie.

De planning en control cyclus kent de volgende structuur:



Eind 2007 is het lokale personeel opgeleid in Nederland en per 1 januari 2008 is het nieuwe boekhoudpakket op de Neso-kantoren in gebruik genomen. Omdat het financiële systeem van de Nuffic en de Neso-kantoren volledig zijn geüniformeerd en geïntegreerd heeft de Nuffic te allen tijde inzicht in de financiële administratie van de kantoren en bestaat op elk moment de mogelijkheid de financiële administratie van elk Neso-kantoor in te zien en/of te controleren. In 2008 hebben zich nog wel enkele technische problemen voorgedaan met betrekking tot accountview maar die zijn nu grotendeels opgelost. Een aandachtspunt blijft nog wel dat het lokale personeel goed met dit systeem moet kunnen omgaan.

Activiteitenplan, jaarplan en jaarverantwoording

Uitgangspunt is de strategie van de Nuffic zoals is neergelegd in strategische document 'Enter Int!'. Jaarlijks wordt door de Neso-kantoren een activiteitenplan opgesteld met daaraan gekoppeld een begroting. Het voeren van een goed risico-management is een belangrijke pijler van de planning en control cyclus. In de begroting van de Nuffic zijn de risico's geïdentificeerd en zijn beheersmaatregelen opgenomen. De Neso activiteiten maken onderdeel uit van het activiteitenplan van de afdeling Promotie van de directie Communicatie en daarmee van het activiteitenplan van de Nuffic. Na goedkeuring door de Raad van Toezicht van de Nuffic ontvangen de Neso-directeuren de definitief vastgestelde begroting voor de uitvoering van de activiteiten van het lopende jaar.

Over de uitvoering van de activiteiten wordt per kwartaal gerapporteerd door middel van gestandaardiseerde managementrapportages. Door het gebruik van standaardrapportages zijn de activiteiten onderling goed vergelijkbaar en kan de voortgang van de activiteiten goed gemonitord worden. Over de rapportages vindt per kwartaal overleg plaats tussen de directeur Communicatie, afdelingshoofd Promotie, de controller en de algemene directeur. Een belangrijk verbeterpunt voor de Neso's betreft de managementrapportages (manrap's). De Neso's doen sinds het 3e kwartaal van 2008 integraal mee met de manrap-cyclus van het hoofdkantoor, maar de kwaliteit van de manrap's van de Neso's moet nog verder worden verbeterd.

Vóór eind januari leveren de Neso-kantoren hun inhoudelijke en financiële jaarverslag in. Op basis van de Prepared by Client lijst leveren de Neso-kantoren ten behoeve van de controle door Nuffic en de externe accountant de vereiste financiële onderbouwingen op. Hierop vindt controle plaats door zowel de Nuffic als de externe accountant. De Neso kantoren zijn volledig geïntegreerd in de jaarrekening van de Nuffic. Na goedkeuring door de Raad van Toezicht wordt aan OCW met de jaarrekening verantwoording afgelegd.

Periodieke Audits

Periodiek worden de Neso-kantoren bezocht voor een audit, uitgevoerd door interne controllers of de externe accountant. Doel van de audit is om ter plaatse te onderzoeken of de regels gevolgd worden en zich geen onrechtmatigheden voordoen.

In 2007 heeft een uitgebreide controle door KPMG van het Neso kantoor in Indonesië plaatsgevonden. In november 2008 hebben audits plaatsgehadt bij de Neso's Mexico en China. Om risico's te beheersen is er onder andere voor gekozen om audits uit te gaan voeren bij de Neso-kantoren. In de uitvoering gaat het om afzonderlijke audits bij de verschillende kantoren. Deze audits moeten bijdragen aan een doelmatige uitvoering van het Neso-programma. Met de vaststelling van het Auditplan 2008 door de Directieraad van de Nuffic is in formele zin besloten om deze audits uit te gaan voeren. Een plan van aanpak, dat door de

interne auditor (van de directie Bedrijfsvoering van de Nuffic) is opgesteld in overleg met de afdeling Promotie en de decentrale controller van de directie Communicatie, vormt de uitwerking van dit besluit. Vaststelling van dit plan is gebeurd door de directeur Communicatie. De centrale onderzoeksvraag van de audit is: worden de processen binnen de Neso-kantoren beheerst?

In een meerjarig auditprogramma zullen de Neso-kantoren roulerend worden bezocht voor een audit met als uitgangspunt 3 kantoren per jaar:

- de grote Neso's China en Indonesië iedere twee jaar (om en om);
- één jaar na oprichting van een kantoor, vanwege de effectiviteit van de audit;
- de rest van de kantoren circa iedere drie jaar.

Locatie en huisvesting

Bij een aantal Neso's was de locatie van het kantoor een aandachtspunt. Zo speelde in Mexico even de vraag of het Neso-kantoor niet in een andere stad moest worden gevestigd. Steden als Monterrey en Guadalajara kennen een relatief welgestelde bevolking en een hoge studentdichtheid. Maar er is voor Mexico City gekozen omdat de belangrijke Mexicaanse partnerorganisaties in de hoofdstad zitten, alle gerenommeerde hogeronderwijsinstellingen daar vestigingen en campussen hebben, rondom Mexico-stad veel andere studentensteden en er een hoge dichtheid aan studenten in de leeftijdsgroep van 20 tot 24 is. Ook over Brasilia was discussie, maar hierbij geldt eveneens het belang om in de hoofdstad te zitten, vooral in de opstartfase. Dit heeft al tot goede contacten geleid met de Braziliaanse overheid en CAPES.

De kantoorruimten van alle Neso's zijn gehuurd en dus niet in eigendom van de Nuffic. Bij het zoeken naar kantoorruimten is gebruik gemaakt van advies van de Nederlandse ambassades en zijn ter begeleiding hiervan lokale makelaars en advocaten ingehuurd. Voor alle Neso's is inmiddels kantoorruimte gehuurd. Bij het huren is grondig door de Nuffic gekeken naar de prijs-kwaliteitsverhouding en de huurvoorwaarden. Onderdeel van de kwaliteit is ook de ligging van het kantoorpand. De ligging en uitstraling van een kantoor maken immers ook deel uit van de uitstraling, corporate communication en promotie van een Neso.