

**Advies van de Commissie
voor een Aanpak
definitieve invoering
Associate degree**

Uitgebracht aan
de staatssecretaris
van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
en de minister
van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
1. Voornemens in het kort	4
2. Beoordeling positie stakeholders	7
2.1 Belang niveau-5	7
2.2 Positie Stakeholders	10
2.2.1 Bekostigd HBO	10
2.2.2 Niet-bekostigde HO	14
2.2.3 MBO-veld	14
2.2.4 Werkgeversorganisaties	15
2.2.5 NVAO	16
2.3 Terug naar de 15% doelstelling	17
3. Advies voor een Aanpak	20
3.1 Strategische Keuze	20
3.2 Inhoudelijke Uitwerking	22
3.3 Processtappen	24
3.4 Communicatie	26
3.5 Organisatie	27
3.6 Planning	28
Bijlage 1 - Gesprekspartners	29
Bijlage 2 - Workshop Arbeidsmarktrelevantie (prof Van der Velden)	30

Voorwoord

In de Strategische Agenda Hoger Onderwijs, Onderzoek en Wetenschap “*Kwaliteit in verscheidenheid*” van 1 juli 2011 kondigt staatssecretaris Zijlstra aan de Associate degree (Ad) in het HBO definitief te willen invoeren. Een Ad is een tweejarig onderdeel van een vierjarige bacheloropleiding met een eigen arbeidsmarktkwalificerende functie en een daaraan verbonden graad. De Ad-programma’s zijn nog niet officieel ingevoerd. Tussen 2006-2010 werden vier pilotrondes opengesteld waarop door hogescholen kon worden ingetekend. In totaal zijn er in de pilots 1-4b 137 Ad’s goedgekeurd en stonden (oktober 2010) 3.270 studenten ingeschreven bij 21 bekostigde en 4 niet-bekostigde hogescholen. In het net begonnen studiejaar 2011-2012 zullen verschillende nieuw toegelaten Ad’s van start gaan; de effecten daarvan op de inschrijvingen hebben wij nog niet kunnen achterhalen.

Mede op basis van de eindevaluatie van de pilot (SEO, 2011) en adviezen van de Commissie Veerman heeft het kabinet besloten tot definitieve invoering van de Ad. De Strategische Agenda formuleert een ambitie waarbij het aandeel van dit type opleiding in 2020 circa 15% van de totale instroom in de HBO bachelor moet gaan bedragen. Aan de Commissie Associate degree wordt gevraagd om, in overleg met de NVAO, de HBO-raad, de NRTO, de MBO Raad en de werkgeversorganisaties, een plan van aanpak op te stellen voor de uitbreiding van het (bekostigde en niet bekostigde) Ad-aanbod.

De Commissie is meteen van start gegaan en heeft in de afgelopen twee maanden de mogelijkheden om tot zo’n plan van aanpak te komen verkend. Daartoe is overleg gevoerd met betrokkenen binnen de genoemde organisaties en enkele experts rond deelthema’s (bijlage 1). Dank gaat uit naar de gesprekspartners die bereid waren in de vakantieperiode tot een open en verkennend gesprek.

Het voorliggende advies voor een aanpak voor de definitieve invoering van Ad’s is het resultaat van de verkenning van en de beraadslagingen in de Commissie. De commissie beoogt hiermee een actueel beeld te schetsen van de mogelijkheden om tot een definitieve invoering van de Ad’s te komen. De commissie biedt haar advies aan de staatssecretaris van OCW en de minister van EL&I aan in de verwachting dat de resultaten betrokken kunnen worden in het overleg met de Tweede Kamer over de Strategische Agenda op 26 september 2011.

Den Haag, 16 september 2011

Dr. Asje van Dijk
Drs. Willem Houtkoop
Drs. Gerard van Wijk

1. Voornemens in het kort

De Strategische Agenda zet in op meer differentiatie tussen en zwaartepuntvorming bij hogescholen. Naast verhoging van de kwaliteit van onderwijs, onderzoek en valorisatie, wil het kabinet meer variatie in onderwijstrajecten voor verschillende doelgroepen in het HBO. Zo wordt gesproken over de opzet van 3-jarige trajecten binnen de bacheloropleidingen voor VWO-ers, excellentieprogramma's, professionele masters en definitieve invoering van de Ad's. De laatste worden niet over de volle breedte van de bachelors ingevoerd maar daar waar de relevantie voor het werkveld in een macro-doelmatigheidstoets is aangetoond. De arbeidsmarktvrage dient daarbij leidend te zijn en het bedrijfsleven wordt aangesproken op zijn verantwoordelijkheden die behoeftes zichtbaar te maken. Bij het toetsen van de doelmatigheid dient overigens ook bezien te worden dat een nieuw toe te laten Ad niet tot verdringing leidt van een reeds bestaande bedrijfsopleiding.

Veel discussie is er geweest over de inbedding van de Ad in ons onderwijssysteem. Wie zou de aanbieder en eindverantwoordelijke voor een Ad moeten zijn: een hogeschool, een ROC of een samenwerkingsverband? In de Tweede Kamer werd daarover de motie De Rouwe-Van der Ham aangenomen. De staatssecretaris heeft daarover nu de knoop doorgehakt. Om het HBO-karakter zeker te stellen blijft de Ad onderdeel van een bacheloropleiding. Bij het behalen van de kwalificatie op EQF-niveau 5 zal daaraan eigen titulatuur worden verbonden¹. Wel kan maximaal het eerste deel van het programma (1^e jaar; 60 erts of studiepunten) op een bve-locatie worden aangeboden maar de hogeschool blijft ook dan eindverantwoordelijke. Aanbieders kunnen overigens zowel de bekostigde als niet-bekostigde opleidingen/instellingen zijn. Voor bekostigde opleidingen wordt een zelfstandige diplomavergoeding voor een Ad ingevoerd in de bekostigingssystematiek. Voor niet-bekostigde opleidingen voert de staatssecretaris overleg met de NRTO over voorstellen betreffende Ad-opleidingen.

Aangezien de arbeidsmarktkwalificerende functie van een Ad voorop staat, heeft het curriculum (deels) een andere opzet en inhoud dan de eerste twee jaren van een (brede) bachelor. Daardoor heeft de student geen automatisch doorstroomrecht meer naar een bachelor. Een instelling kan een zgn. "toelaatbaarheidstoets" afnemen waarbij extra competenties of vakken (en dus erts) moeten worden behaald om deficiënties weg te werken en toegelaten te worden tot de laatste twee jaren van een bachelor. De HBO-instelling dient de toelaatbaarheidseisen aan de voorkant transparant te maken in de Onderwijs- en Examenregeling (OER).

¹ Denkbaar is daarbij de titel af te leiden van die van de bacheloropleiding en dan te kiezen voor Associate of Applied Arts c.q. Science dan wel de in de bachelor door de NVAO toegestane opleidingsspecifieke toevoeging te hanteren (voorbeeld Associate of Laws en Associate of Business Administration).

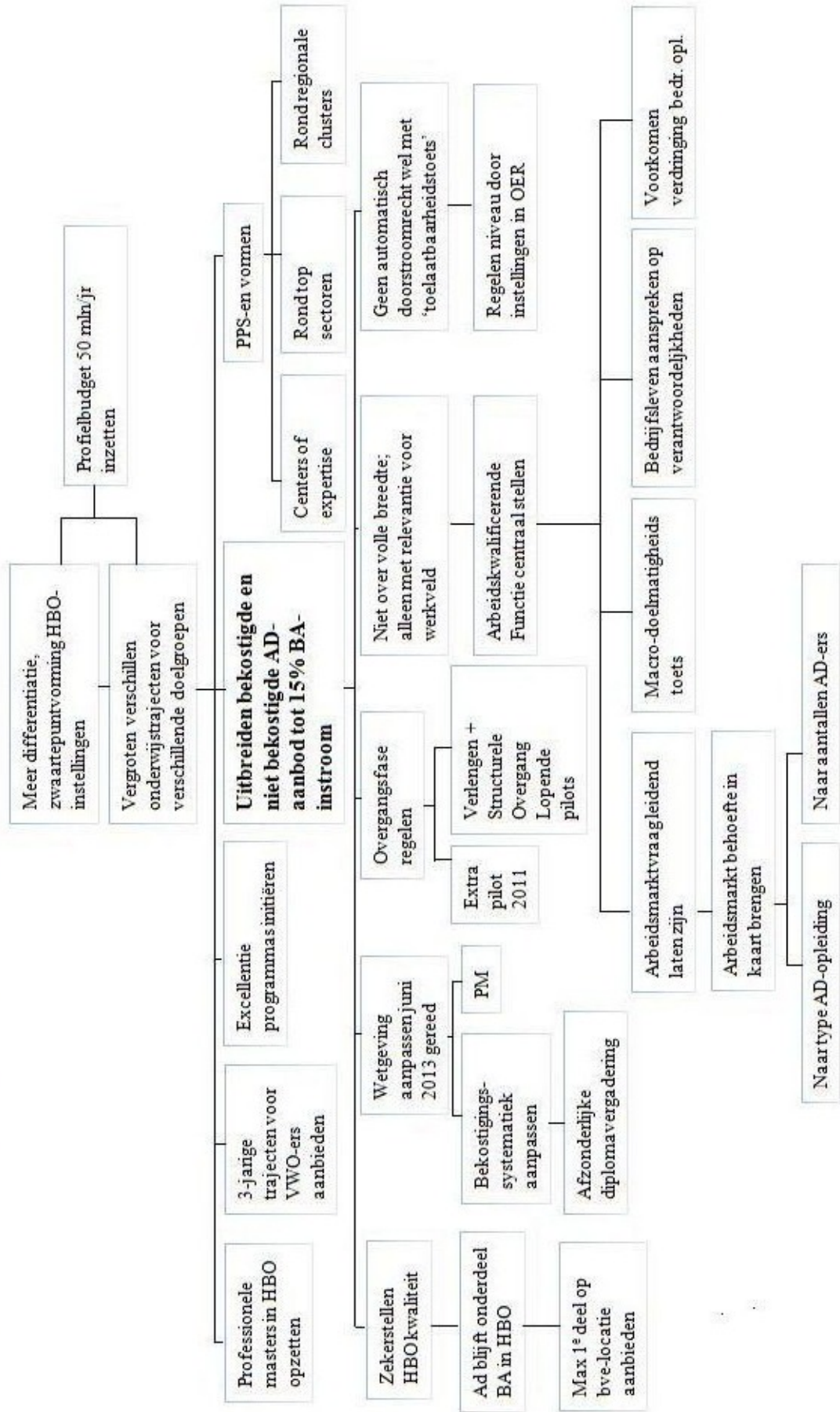
Doelgroepen voor de Ad zijn:

- werkenden die zich (dual) willen opscholen in het kader van levenslang leren; voor sommigen kan een bedrijfsopleiding onvoldoende brede erkenning opleveren en voor anderen is een vierjarige bachelor te lang om tot verbetering van de arbeidsmarktpositie te komen;
- havisten en MBO-niveau 4 studenten die een HO-grad en arbeidsmarktkwalificatie nastreven maar (nog) geen bacheloropleiding willen volgen;
- HBO-bachelors die onvoldoende studierendement behalen en die zelf of na een bindend studieadvies een Ad doorlopen om daarna alsnog de bachelor te vervolgen dan wel de arbeidsmarkt te betreden.

Wetswijziging waarbij dit alles wordt geregeld zal omstreeks zomer 2013 kunnen worden afgerond. Vooruitlopend op deze structurele overgang kunnen de thans lopende pilots gecontinueerd worden. Bovendien wordt een extra pilotronde aangekondigd die het mogelijk moet maken voor het cursusjaar 2012-2013 nieuwe Ad's te starten; daarbij wordt geen plafond gesteld aan het aantal of de (geografische en discipline) spreiding zoals in voorgaande rondes. Als sturingselementen kiest de staatssecretaris voor een hoofdlijnenakkoord met de koepelorganisaties, prestatieafspraken met individuele instellingen via instellingsplannen en verantwoording via jaarverslagen. Om de inhoudelijke profilering te sturen dienen sectorplannen en Centers of Expertise in publiekprivate samenwerking te worden ontwikkeld; om te beginnen voor de economische Topsectoren. Deze sectorplannen brengen voor de sector o.a. de arbeidsmarkt in beeld en de daarmee verbonden leerlijnen voor mbo, hbo en wo. Een onafhankelijke *reviewcommissie* zal de voortgang van het profileringproces bewaken en de staatssecretaris adviseren over de inzet van het profileringsbudget.

In **schema 1** hierna worden de voornemens uit de Strategische Agenda geordend weergegeven voorzover het om Ad-gerichte elementen gaat.

Schema 1 Beleidskader : Kwaliteit in verscheidenheid voor Associate-Degree



2. Beoordeling positie stakeholders

In de oriëntatie op het veld van betrokkenen is de eerste, strategische vraag die aan de orde dient te komen of er een significante behoefte is aan een Ad-aanbod. Zowel van de zijde van werkgevers, het MBO-veld, de niet-bekostigde opleidingen als de Tweede Kamer is aangedrongen op invoering van deze nieuwe kwalificerende opleidingen. Een en ander op basis van verwachte arbeidsmarktbehoeften, buitenlandse ervaringen, de SEO-evaluatie² van de pilots en de adviezen van de commissie Veerman. Alléén de HBO-raad toonde zich, in tegenstelling tot sommige individuele hogescholen, nogal kritisch en meende "... dat de Ad uitsluitend *in een beperkt aantal specifieke situaties* een welkome aanvulling kan zijn op het aanbod van hoger onderwijs in ons land ...".³ Men meende dat de SEO-evaluatie eerder zou "leiden tot de conclusie dat de pilot mislukt is ..." en "... niet méér lijkt aan te tonen dan dat er onder potentiële studenten slechts een relatief kleine behoefte lijkt te bestaan aan een beperkt aantal specialistische Ad-opleidingen". Mocht de opvatting van de HBO-raad juist zijn, dan zou het lastig kunnen worden de kabinetsdoelstelling te halen van 15% van de totale HBO-instroom in 2020.

Wij maken eerst enkele kanttekeningen bij de vraag of een niveau tussen MBO-4 en HBO-bachelor gewenst is. Vervolgens schetsen wij de positie van de geconsulteerde stakeholders na het verschijnen van de Strategische Agenda. Wij ronden af met een eerste beoordeling van de haalbaarheid van de 15% doelstelling in het licht van de aangetroffen beleidsomgeving.

2.1 Belang niveau-5

In de besluitvorming over de Ad's heeft zwaar meegewogen dat het georganiseerde bedrijfsleven meermalen heeft gepleit voor deze korte HBO-opleiding. Verschillende branches hebben dit met prognoses ondersteund. Toch laat de SEO-evaluatie liet zien dat de bekendheid ervan onder het bedrijfsleven nog beperkt is: slechts 11% heeft erover gehoord en het informatiegehalte wordt op een 5-puntschaal met 1,5 (1= zeer slecht geïnformeerd) gewaardeerd. Toch blijkt een kwart wel behoefte te hebben aan werknemers met een graad op niveau-5; voor bedrijven met tenminste 20 werknemers neemt dit al toe naar 40%. Vooral in technische beroepen, de industrie en de financiële sector is er al een behoorlijke belangstelling.

Het belang van niveau-5 kan ook afgemeten worden aan het grote gat dat in het beroepsonderwijs zit tussen de eindkwalificaties van MBO-4 en de HBO-bachelor. Het Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA) deed daarnaar recent onderzoek⁴. ROA onderzocht de relatie tussen het behaalde eindniveau van de opleidingskwalificaties

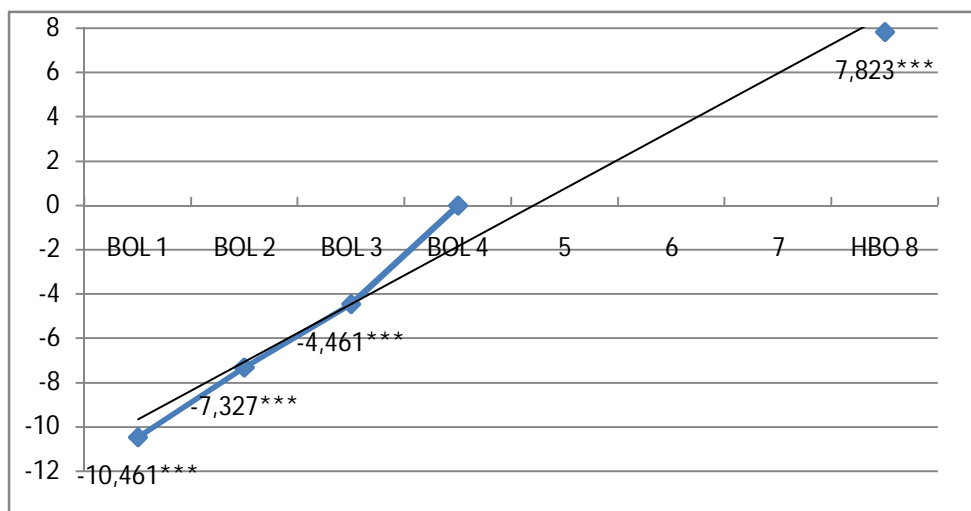
² Djoerd de Graaf en Emina van den Berg, *Monitor Associate degree 2006-2010 Eindevaluatie*, SEO-rapport nr. 2010-77, Amsterdam, januari 2011. Gepubliceerd als nr. 137 in de reeks Beleidsstudies Hoger onderwijs en Wetenschappelijk onderzoek, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

³ HBO-Raad brief aan de staatssecretaris van 18 maart 2011.

⁴ Johan Coenen, Ger Ramaekers en Rolf van der Velden, *De waarde van MBO-4 opleidingen op de arbeidsmarkt*, Maastricht december 2010.

enerzijds en daaraan gerelateerde persoonskenmerken (als kennis, IQ-score en competenties) en arbeidsmarktindicatoren (zoals kans op passend werk, beloning en carrièrepad). Figuur 2.1 hieronder geeft een indruk van dit onderzoek. De totaalscore op de Cito entreetoets wordt in een regressie-analyse vergeleken met de behaalde kwalificatieniveaus. Daar ziet men t.o.v. de rechte lijn, die de objectieve of theoretische verwachtingen in niveau weergeeft op basis van het aantal jaren opleiding, de blauwe lijn die de feitelijke, bereikte niveau's weergeeft. Uit de figuur blijkt in de eerste vier jaren MBO een redelijk stapsgewijze ontwikkeling rond de trendlijn; MBO-4 ligt daar iets boven. Maar dan blijkt vervolgens een groot gat tussen MBO-4 en HBO-bachelor op achterliggende indicatoren die zijn gemeten als taal, rekenen, informatieverwerking en verbale capaciteiten.

Figuur 2.1 : Lineaire regressieanalyse van de totaalscore op de CITO entreetoets



Bron: VOCL-99 / CBS

In het overleg van de commissie hierover met het ROA, trok professor Van der Velden de conclusie dat, met een kwalificatie op niveau 5, een Ad dit gat onmiskkenbaar opvult. Op de arbeidsmarkt is er behoefte aan dit niveau; ook zal dit in de tijd verder toenemen, zo stelt hij. In ons Nederlandse onderwijssysteem is hiervoor echter nauwelijks regulier opleidingsaanbod voorhanden. En dit gat zal alléén maar groter worden als de kwaliteits- en kwalificatie-eisen van de bachelor omhoog gaan en de MBO-4 niveaus in drie jaar verworven moeten worden.

Op de arbeidsmarkt kan dit verstrekkende gevolgen hebben als men daaraan nog de trend toevoegt waarbij de vraag naar MBO-4 geschoolde medewerkers lijkt te verschuiven naar niveau 5 als gevolg van toenemende opleidingseisen door upgrading van het werk. Juist dan is een afstand van 4 opleidingsjaren in een bachelor als naast hogere kwalificatie na MBO-4 te groot en doet deze ook geen recht aan de optredende arbeidsmarktbehoefte⁵ enerzijds en de noodzaak van levenslang leren anderzijds. Wat dit laatste betreft is het ook zeker van belang

⁵ De SEO-evaluatie geeft aan dat 25% van de MKB-ers behoefte heeft aan werknemers met een graad tussen mbo-4 en hbo-bachelor. Bij bedrijven met ten minste 20 werknemers loopt de behoefte al op naar 40%. Van de bedrijven die nu al een behoefte aan dit type opgeleiden aangeeft, ziet 80% deze behoefte groeien.

te signaleren dat bijna de helft (48%) van de huidige Ad-ers de studie combineert met een baan. Voor deze doelgroep van werkenden is een vierjarige bachelor-opleiding om verschillende redenen vaak niet haalbaar.

Een andere wetenschappelijke benadering die interessant zou kunnen zijn en een nieuw licht zou kunnen werpen op het belang van niveau-5 opleidingen voor met name werkenden, heeft te maken met multidisciplinair onderzoek geïnitieerd binnen de neurocognitieve ontwikkelingspsychologie. In Leiden is dit geconcentreerd binnen het Brain & Development Lab o.l.v. prof. Dr. Eveline Crone en in Maastricht-VU Amsterdam binnen het Centrum voor Brain en Leren o.l.v. prof. Dr. Jelle Jolles. Uit hun onderzoeken blijkt dat de hersenontwikkeling van jongeren pas rond de leeftijd van ongeveer 24 jaar is afgerond en de rationele (linker) en emotionele (rechter) hersenhelften tot die leeftijd nog niet in balans zijn⁶. Dit heeft tot gevolg dat deze adolescenten vaak impulsieve, niet rationele keuzes maken en bijvoorbeeld te snel gaan werken (inclusief de zgn. ‘groen-pluk’), switchen van studie of vroegtijdig uitvallen (‘drop-out’). Op iets latere leeftijd zijn zij beter in staat te plannen en evenwichtiger keuzes te maken t.a.v. hun toekomst. Deze jongeren, die niet als tiener maar als ‘twintiger’ hun rijpere ontwikkelingsfase bereiken, kunnen dus na een paar jaar werken een meer afgewogen toekomstoriëntatie maken. Zij krijgen met een (eventueel duaal) Ad een kans alsnog door te groeien naar het HBO.

De profilering en differentiatie tussen hogescholen die de Strategische Agenda beoogt, hoeft zich dus niet alleen aan de bovenkant van het hogeronderwijsaanbod af te spelen met de bachelor, 3-jarige VWO trajecten, excellentie-programma’s en (professionele) masters. Ook aan de onderkant kan een veelzijdiger en op de arbeidsmarkt afgestemd profiel worden ontwikkeld met een Ad tussen MBO-4 en bachelor als eigenstandige opleiding met een eigen civieffect. Samenwerken in de triple helix binnen een regio kan dan een compleet en doorlopend onderwijsaanbod (MBO4-Ad-Ba) opleveren om regionale economische clusters verder tot ontwikkeling te brengen.

Uit internationaal vergelijkend onderzoek blijkt bovendien dat in steeds meer EU-landen de “level-5 opleidingen” voet aan de grond te krijgen: 19 van de 27 EU-landen hebben of zijn voornemens dit in te voeren en op dit moment volgen tenminste 1,7 miljoen studenten al een dergelijke studie.⁷ De recente Eurashe-studie concludeert dat “(it) ... can be considered to be the missing link between secondary and higher education” en “(it) ... enables students to climb the ladder of higher education step by step” (p. 8).

Tabel 2.1 laat zien dat de omvang van het kort hoger onderwijs in Europa redelijk stabiel is in de afgelopen tien jaar en rond de 12% ligt; binnen de OECD begint gemiddeld 16% van de jongeren aan een ISCED 5B-opleiding.

⁶ Zie bijvoorbeeld de 435^e Diërede aan de Universiteit Leiden van prof. Dr. P.M. (Michiel) Westenberg, *De jeugd van tegenwoordig*; 8 februari 2008. In verkorte vorm gepubliceerd in *De Psycholoog* van oktober 2008, p. 546-553.

⁷ EURASHE, *Level 5 The Missing Link*, Brussel, 2011

Tabel 2.1: Deelname aan kort (ISCED 5B) en lang (ISCED 5A) hoger onderwijs

Land	ISCED 5B		ISCED 5A	
	1995	2008	1995	2008
België	33**	37	33**	30
Chili	18*	48	54*	45
Ierland	26**	20	32**	46
Japan	33	29	31	48
Zuid-Korea	27	38	41	71
Nieuw-Zeeland	44	46	83	72
Groot-Brittannië	29**	30	47**	57
Nederland		0,6	44	62
EU 19	11	12	35	55
OECD	17	16	37	56

* 2003; ** 2000

Aansluiting houden bij de zich ontwikkelende onderwijsstructuur in Europa zou voor ons land (ondertekenaar van de Bologna-verklaring), de hogescholen en het bedrijfsleven reden kunnen zijn de definitieve invoering van de Ad met elan aan te vatten.

Tenslotte willen wij een oordeel over de wenselijkheid van Ad's ook nog koppelen aan de studentenvoorkeuren. Uit het net afgeronde Nationaal Studiekeuze Onderzoek 2011⁸ blijkt dat van de mbo-studenten 92% zegt een hogerberoepsopleiding te willen volgen. Eén op de zes MBO-ers geeft daarbij aan interesse te hebben voor een Ad en dat is veel in vergelijking met een deelname van 1,5% dat in de afgelopen pilotperiode daadwerkelijk voor een Ad heeft gekozen. Het onderzoek wijst erop dat hier sprake kan zijn van een groeimarkt voor hogescholen.

2.2 Positie Stakeholders

Om te komen tot een Plan van Aanpak hebben wij eerst een ronde gemaakt langs de verschillende stakeholders om na te gaan hoe zij nu tegen de beleidsvoorstellen uit de Strategische Agenda aankijken, welke inhoudelijke kanttekeningen zij plaatsen en of zij verwachtingen koesteren t.a.v. het invoeringsproces.

2.2.1 Bekostigd HBO

Wat zal de houding van het bekostigde HBO zijn m.b.t. de definitieve invoering van de Ad nu de Strategische Agenda is verschenen? Het startpunt in de brief van 18 maart 2011 is kritisch en concludeert dat definitieve invoering van Ad's goed is maar slechts voor een beperkt aantal

⁸ Het Nationaal Studiekeuze Onderzoek (NSKO) 2011 brengt in kaart hoe Nederlandse jongeren uit de laatste twee jaren van het MBO, HAVO en het VWO (scholieren) zich oriënteren op hun studiekeuze. Tevens wordt bekeken waarom zij voor een bepaalde studie kiezen, in welke sectoren zij zich oriënteren en welke hogescholen en universiteiten zij kennen. Aan het NSKO 2011 namen ruim 3.600 leerlingen deel. Het NSKO is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Markteffect, Icares en de Hobéon Groep.

specifieke opleidingen. Voorts worden rond de invoering een aantal voorwaarden gesteld. Tegelijkertijd kwamen er positievere reacties van afzonderlijke hogescholen.

Nut en noodzaak

Het HBO-veld is behoorlijk verdeeld over nut en noodzaak van de Ad's. Een aantal elementen komt in de gesprekken en publieke reacties daarover aan de orde.

- **Behoeft niveau-5.** Over de volle breedte wordt erkend dat er een behoorlijk gat zit tussen MBO-4 en de bachelor; men ziet ook dat de arbeidsmarkt een tussenniveau 5 nodig zou kunnen hebben. Men is ook ontvankelijk voor de internationale benchmark waaruit blijkt dat in andere landen het aandeel van niveau-5 opleidingen substantieel is.
- **Arbeidsmarktbehoefte.** Het georganiseerde bedrijfsleven en het MBO-veld spreken bij herhaling over de arbeidsmarktbehoefte. Ook de SEO-evaluatie en het hierboven genoemde Nationale Studiekeuzeonderzoek laten een groeiende belangstelling onder MBO-studenten zien. Toch is het HBO daarover sceptisch. *“Waaruit blijkt die arbeidsmarktbehoefte en belangstelling dan?”*, zo vraagt men zich af. In de vijf jaar pilot-fase zijn er 137 Ad's toegelaten met niet meer dan ruim 3000 ingeschreven studenten. De HBO-raad constateert dat in de pilots slechts 0,5% van het totale aantal hbo-studenten een Ad-opleiding volgt met een gemiddelde van 20-25 studenten per Ad. *“Zowel bedrijfsleven als mbo levert nauwelijks studenten”*, zo stelt men. Met deze aantallen kan het HBO niet op bedrijfseconomische verantwoorde wijze Ad's in de markt blijven zetten (micro-doelmatigheid). Instellingen die de afgelopen tijd pilots hebben opgezet zijn daarover ook niet onverdeeld positief. Toch zijn er ook zeer succesvolle Ad's zoals Accountancy, Zorgmanagement, Small Business, Toerisme, Retailmanagement, Officemanagement. Kenmerkend voor deze succesvolle opleidingen is dat er sprake is van een structurele samenwerking met het bedrijfsleven dat zich committeert met een jaarlijks aantal deelnemers. Misschien zou het goed zijn in de vervolgfase nog eens wat dieper in te gaan op de vraag naar succes- en faalfactoren rond de verschillende Ad's, zo wordt door enkele gesprekspartners gesuggereerd.
- **Profilering.** Het HBO staat voor een profileringsvraag waarbij de kwaliteit en het niveau van het onderwijs aanzienlijk omhoog moeten en het hoger beroepsonderwijs ook weer aantrekkelijk moet worden voor VWO-ers en excellente studenten. Die taakstelling en doelgroep verdraagt zich niet goed met een *“niveauverlaging aan de onderkant via de Ad's”*, zo menen sommige hogeschool-bestuurders. De culturele en maatschappelijke achtergronden, ambities en referentiekaders van de verschillende doelgroepen (van mbo-4 leerling tot master) zouden te heterogeen worden. *“De VWO-er die we nu juist meer binnen willen halen loopt weg als hij in dezelfde opleiding zit met een MBO-leerling”*, zo schat men in. Als er al Ad's nodig zijn dan zou aan product-marktdifferentiatie moeten worden gedaan. Ad's zouden dan niet binnen de hogescholen zelf maar in een afzonderlijk samenwerkingsverband (Stichting) van de drie meest betrokken actoren (mbo, hbo en bedrijfsleven) moeten worden aangeboden. Een soort *“Opstap-HBO”* noemen enkele gesprekspartners het; met een eigen 'branding' en profiel. Sommigen beogen daarbij een nieuw, zelfstandig niveau toe te

voegen in het onderwijssysteem tussen MBO en HBO. Anderen beogen geen stelselwijziging en verwijzen naar voorbeelden als Community Colleges zoals de Rotterdam Academy. Op een beperkt aantal locaties in het land zouden voor specifieke beroepsopleidingen zulke Colleges gevormd kunnen worden met een behoorlijk divers aanbod van Ad's op een eigen locatie met status en aantrekkingskracht. De HBO's blijven dan verantwoordelijk voor de inbedding in de bachelors, de kwaliteitsborging en de diplomaverstrekking.

- **Focus.** De taakstellingen voor hogescholen op hun kerncurriculum, de kwaliteitsslag en de organisatieveranderingen zijn omvangrijk. Wil dat slagen dan kan een extra opdracht om ook nog Ad's te ontwikkelen daarmee strijden: *“transitiemanagement vergt focus”*.
- **Imago.** Juist nu de hogescholen het enorme aantal verschillende bachelors gaan indikken en in een beperkter, overzichtelijk aanbod van bredere bachelors gaan herordenen vindt men het niet consistent om er aan de onderkant weer een breed gevarieerd en redelijk arbeidsmarktspecifiek aanbod van Ad's aan toe te voegen. *“Het imago dat er een woud aan opleidingen is pakken we nu juist aan en niemand zou begrijpen dat wat je met de ene hand saneert er met de andere hand weer naast gezet wordt.”*
- **Bestuurlijk commitment.** Als het bestuurlijke commitment ontbreekt is de prikkel voor de professionals om een Ad te ontwikkelen en tot wasdom te brengen niet groot. Slechts enkele hogescholen lijken overtuigd van de intrinsieke waarde van de Ad en dan vooral voor de duale vorm waarbij werkenden worden opgeschoold.
- **Culturaspecten.** Voor de doorstroom van MBO-4 naar een Ad is een stevige interactie gewenst tussen beide onderwijsaanbieders. Bij veel Ad-opleidingen was dat in de aanvraag op papier misschien wel mooi opgeschreven maar is daarvan in de praktijk niet veel terecht gekomen. Dit wordt onder meer toegeschreven aan de cultuurkloof die er vaak nog is tussen de verschillende onderwijsinstellingen.
- **Rendement en uitval.** Voor de instellingen die wel mee willen doen speelt mee dat een Ad de mogelijkheid biedt tot kwaliteitverhoging van de bachelor en vermindering van de uitval. Als het niveau van de bachelor omhoog gaat, zal dit te hoog gegrepen zijn voor een deel van de instromers. Deze kunnen aan de voorkant of via een bindend studieadvies dan doorverwezen worden naar een Ad. Ook bachelorstudenten die het niet redden en zonder diploma het HO zouden moeten verlaten kunnen tussentijds alsnog in een Ad instromen.
- **Bekendheid.** Terecht wijst men op de grote onbekendheid over de Ad onder studenten en bedrijfsleven. Hoe kunnen studenten gemotiveerd worden dit als een goed alternatief te kiezen als zij er niets over weten en hun arbeidsmarktkansen niet kunnen schatten? En hoe kunnen we verwachten dat werknemers de Ad-ers willen opnemen als ze niet bekend zijn met de kwalificaties en de betekenis van deze nieuwe graad?

Voorwaarden overgenomen

De nadrukkelijke voorwaarden die de HBO-raad verbond aan de definitieve invoering zijn overgenomen door de staatssecretaris: de Ad biedt een *zelfstandige arbeidsmarktkwalificatie* op niveau 5 met een *eigen graad en diplomabekostiging*, er is niet langer sprake van een

automatisch doorstroomrecht en hogescholen kunnen een *toelaatbaarheidstoets* voor een aansluitende bachelor in hun OER opnemen. De *macrodoelmatigheid* van het Ad-opleidingenaanbod wordt getoetst op basis van *arbeidsmarktrelevantie*. Bovendien wordt bij het toelaten van een Ad beoordeeld of er sprake is van *verdringing van privaat gefinancierd onderwijsaanbod*. Daarmee is dus vergaand tegemoetgekomen aan de wensen van het HBO. Voor de HBO-raad zal dit tot een redelijk pragmatische houding en medewerking aan vervolgcacties leiden. Voor de individuele hogescholen zal het afhangen van het te kiezen profiel en de ervaringen tot nu toe. Zo kunnen we niet voorbij aan het punt dat enkele onlangs goedgekeurde Ad-opleidingen al weer beëindigd zijn of (nog) niet van start zijn gegaan. Uit de verkenning onder hogescholen blijkt dat er geen instroom kwam vanuit het MBO-4 en ook onvoldoende werknemers zich aanmeldde. Die ervaringen hebben hogescholen die positief van start zijn gegaan behoorlijk kritisch gemaakt over het starten van nieuwe Ad-opleidingen.

Discussiepunt

Waarover nog onduidelijkheid bestaat binnen de hogescholen is of een Ad aanbod nu volstrekt eigenstandig ontwikkeld kan worden of dat dit toch gekoppeld of ingebed moet blijven in een bachelor. Aanleiding tot deze vraag is de volgende passage op pagina 33 van de Strategische Agenda: *“De Ad blijft dus onderdeel van de hbo-bachelor, maar krijgt wel een zelfstandiger profilering binnen die bachelor”*.

Vanuit de HBO-raad en door sommige bestuurders van hogescholen wordt gepleit voor een Ad dat als een eigenstandige variant binnen het stelsel van hoger onderwijs wordt gepositioneerd. Daarbij komt dus de systeemvraag aan de orde waarbij naast het binaire WO en HBO ook een zelfstandig AD wordt onderscheiden. Het eigen civiele effect van de Ad zou deze positie rechtvaardigen en de logische consequentie zou een eigen accreditatie van de Ad-opleidingen zijn. Andere gesprekspartners gaan niet zover maar pleiten wel voor de mogelijkheid tot het vormen van afzonderlijke Community Colleges. Tenslotte is er een categorie bestuurders die pleiten voor een positionering binnen een bachelor omdat daardoor de synergie tussen Ad en bachelor kan worden bevorderd, de doorstroom wordt geoptimaliseerd en de administratieve lasten gering blijven door bijvoorbeeld een NVAO-accreditatie in combinatie met de verwante bachelorbeoordeling mogelijk te maken. Ambtelijk OCW stelt zich op het standpunt dat met een inbedding in een bachelor de kwaliteit van de Ad wordt gediend; een Ad zonder een verwante bachelor is dan niet mogelijk. De Commissie Ad denkt dat dit discussiepunt tot een goede oplossing gebracht kan worden. Ad's zouden gelieerd moeten blijven aan één of meerdere bacheloropleidingen waarnaar de Ad-er ook kan doorstromen via de toelaatbaarheidstoets. Deze Ad's lopen ook mee met de periodieke accreditatie van de bacheloropleiding door de NVAO waarmee administratieve lasten worden geminimaliseerd. De hogescholen hebben echter de vrijheid om i.s.m. bedrijfsleven en de bve-sector een eigen locatie en rechtsvorm voor het Ad-aanbod te creëren mits de eindverantwoordelijkheid voor de kwaliteit bij de aanvragende hogeschool geborgd is. Een prachtig voorbeeld hiervan is de Rotterdam Academy waarin de ROC's Albeda College en Zadkine samenwerken met Hogeschool Rotterdam. Op een eigen locatie met een onderscheidende identiteit, zijn daar zo'n 200 nieuwe Ad-studenten aan het studiejaar 2011-2012 begonnen.

2.2.2 Niet-bekostigde HO

Bij het niet bekostigde HO bestaat groot draagvlak voor invoering van Ad's, zo blijkt uit de contacten met de NRTO. De deelname aan de pilots was niet groot vanwege ontbrekende zekerheid over de continuïteit. Nu deze met de Strategische Agenda is vergroot neemt de animo toe. Van de 32 private hogescholen die bij NRTO zijn aangesloten, wil zeker de helft de komende jaren Ad's opstarten en 2 overwegen dat nog. Daarbij gaat het nu om 63 Ad-opleidingen vooral voor de doelgroep werkenden. Het marktaandeel van het niet-bekostigde hoger onderwijs onder de doelgroep werkenden is al groot (84%). Vanuit deze sterke marktpositie zal men de Ad's in de markt voor postinitieel onderwijs zetten. Men schat in 2020 circa 10.000 deelnemers te bereiken. Een snelle wetswijziging kan de zekerheid verder vergroten voor deze aanbieders. Wil het aanbod in het niet-bekostigde onderwijs goed van de grond komen, dan zal volgens de sector aan een drietal voorwaarden moeten worden voldaan.

- **Gelijk speelveld**⁹ voor bekostigd en niet-bekostigd onderwijs. De nieuwe bekostigingsstructuur van de Ad's zou dat als uitgangspunt moeten nemen.
- **Stimulering van de vraag** naar Ad's met onder meer fiscale maatregelen zoals collegegeldkrediet en vouchers. Deze zouden deels door werkgevers (via O&O-fondsen en CAO-afspraken) en deels door de overheid gefinancierd kunnen worden.
- **De macrodoelmatigheidstoets** zal beter dan tot nu toe moeten borgen dat een Ad geen vervanging is van een bestaande bedrijfsopleiding (sectoraal en branche overschrijdend). Het kan niet de bedoeling zijn dat bestaande korte opleidingen via deze weg onder de publieke bekostiging worden gebracht.

De NRTO zou graag een convenant met de staatssecretaris sluiten waarin wederzijds intenties t.a.v. een leven lang leren, scholing werkenden, studentenkrediet, verdergaande vraagfinanciering en meer in het bijzonder het Ad-aanbod worden opgenomen. Dit naar analogie van een met het bekostigde hoger onderwijs te sluiten hoofdlijnenakkoord. Voorts dringt men aan op een goed doordacht communicatieplan om zowel potentiële studenten als werkgevers te informeren en naar de Ad's te trekken.

2.2.3 MBO-veld

Benadrukt wordt de toenemende behoefte aan niveauverhoging van beroepsopleidingen en dus de relevantie van niveau-5. De arbeidsmarktkwalificerende functie van de Ad-opleidingen en de mogelijkheden voor duale trajecten (werkend leren) acht men de essentiële kenmerken.

Men aanvaardt de keuzes die nu gemaakt zijn door de staatssecretaris, ook over de positionering binnen het HBO. Wel vraagt men ruimte voor de zgn. Community Colleges zoals in Rotterdam waarin HBO en MBO nauw samenwerken om een Ad-aanbod te verzorgen. De samenwerking MBO-HBO bij het Ad-aanbod acht men voorwaardelijk om goede aansluiting te krijgen op de niveau-4 kwalificaties. Een Ad zou moeten vertrekken

⁹ In opdracht van NRTO deed de Stichting voor Economisch Onderzoek (SEO) onderzoek naar de markverstorende elementen in het postinitieel onderwijs: prof. dr. B. Baarsma, *Vouchers voor vaardigheden. Over de rol van de overheid op de markt voor postinitieel onderwijs*, Amsterdam, september 2010.

vanuit MBO-4 en daarop moeten voortbouwen met een 2-jarig programma. In het proces dat nu in gang is gezet om te komen tot vereenvoudiging van de kwalificatiestructuren in het middelbaar beroepsonderwijs, zou dit meegenomen kunnen worden. Kenniscentra zoals die in het MBO functioneren, zouden over die behoefte op niveau-5 kunnen adviseren. Ten aanzien van het criterium arbeidsmarktrelevantie wordt geadviseerd de Stichting Beroepsonderwijs Bedrijfsleven een advies te laten uitbrengen over de wijze waarop dit in de procedure betekenisvol getoetst kan worden. Omdat de mbo-sector goede structuren heeft ontwikkeld voor de afstemming met het bedrijfsleven wil men de mogelijkheid tenminste één keer per jaar met dat georganiseerde bedrijfsleven voorstellen te kunnen doen voor nieuw te ontwikkelen Ad's.

Om op nationaal niveau een goed afstemmingsoverleg rond de Ad's te krijgen brengt de MBO Raad zijn briefadvies van 18 april 2011 nog eens onder de aandacht. Daarin wordt voorgesteld een Platform van alle betrokken partijen te maken dat de invoering van de Ad's begeleidt en als buitenboordmotor functioneert.

2.2.4 Werkgeversorganisaties

In vrijwel alle gesprekken met de stakeholders maar wel in het bijzonder in het gesprek met de werkgeversorganisaties komt de arbeidsmarktrelevantie van de Ad's aan de orde. Voor de werkgeversorganisatie VNO-NCW-MKB Nederland moet er daarbij sprake zijn van:

- Een aangetoonde behoefte aan werkenden op niveau-5 in specifieke sectoren.
- Een strategische, meerjarige alliantie tussen hogescholen en georganiseerde bedrijfsleven op landelijk, regionaal of sectorniveau rond specifieke Ad's. Een betrokkenheid van individuele bedrijven vindt men daarvoor te smal. Inhoudelijk dient de betrokkenheid van het bedrijfsleven ook zichtbaar te worden bij de opzet van de opleiding, het formuleren van de eindkwalificaties en competenties, de inrichting van het curriculum, het verzorgen van (gast)docentschappen en lectoraten, stages en afstudeerprojecten, derdegeldstroom opdrachten voor toegepast onderzoek, zitting in raden van toezicht, adviescolleges of examencommissies en deelname in de periodieke monitoring van de kwaliteit van de opleiding. Vanuit het bedrijfsleven kan misschien medefinanciering komen via bedrijfstakfondsen (O&O-fondsen) en CAO-afspraken.
- Om verdringing van specifieke bedrijfsopleidingen te voorkomen moeten de curricula van de Ad's breder zijn dan die bedrijfsopleidingen en de deelnemers brede kwalificaties en competenties aanreiken.
- Als bedrijfsleven medeverantwoordelijkheid neemt dient dit ook wettelijk geregeld te worden in toegedeelde rollen en verantwoordelijkheden rond de ontwikkeling van en besluitvorming over de invoering van de individuele Ad. In dit verband wordt - evenals bij het MBO-veld - nog eens gewezen op de wens een Platform in te stellen met betrokkenen als buitenboordmotor voor de invoering en monitoren van de voortgang.

Bij branches is voldoende besef aanwezig dat zij de Ad's mede vorm moeten geven door de arbeidsmarktrelevante informatie in te brengen. Probleem is echter de spankracht; het ontbreekt aan capaciteit en soms kennis dit zelfstandig te doen. Hieraan zou tegemoetgekomen kunnen worden door een uniform kader te ontwikkelen voor de onderbouwing van de behoefte en daarop gericht arbeidsmarktonderzoek. Voor de onderbouwing zou gebruik gemaakt kunnen worden van een in 2006 door MKB Nederland ontwikkelde vragenlijst¹⁰. Voor het arbeidsmarktonderzoek zou een raamcontract bij een gekwalificeerd onderzoeksinstituut kunnen worden aanbesteed en branches zouden daarop dan kunnen intekenen voor hun deel. Het eerder genoemde ECABO onderzoek of soortgelijke studies op branche- of sectorniveau van de FME en Metaalunie zouden daarbij als voorbeeld kunnen dienen. Op basis hiervan zou een extrapolatie gemaakt kunnen worden om op macroniveau beter inzicht te krijgen in de arbeidsmarktbehoefte op niveau 5, gedifferentieerd naar sectoren en regio's. In dat licht bezien kan dan ook de macrodoelmatigheid worden beoordeeld.

De werkgeversorganisatie zal de eigen commissies Beroepsonderwijs en Hoger Onderwijs bijeenroepen om zich op bovengenoemde onderwerpen te beraden en de ervaringen tot nu toe met de lopende Ad's om te zetten in aanbevelingen voor de definitieve invoering.

2.2.5 NVAO

De Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO) was betrokken bij de accreditatie van de Ad's in de vier pilots en zal ook bij definitieve invoering de accreditatie verzorgen van afzonderlijke Ad's of een Ad in combinatie met de verwante bachelor. In de beoordeling van de NVAO tot nu toe is opgevallen dat in verscheidene aanvragen de samenwerking met het bedrijfsleven over de inhoud van de opleidingsprofielen en kwalificatie-eisen oppervlakkig bleef. Dat kan bij pilot 5 en de definitieve invoering betekenisvoller als de toetsingseisen vooraf explicieter gemaakt kunnen worden. De NVAO is bereid de ervaringskennis die daarover is verkregen uit de lopende pilots op een rij te zetten en zich ook te buigen over variabelen die de arbeidsmarktrelevantie meer operationeel en toetsbaar zouden kunnen maken. Dit zou verwerkt kunnen worden in de brochure over arbeidsmarktrelevantie die de Commissie Ad voornemens is te ontwikkelen (zie par. 3.3 hierna). Samenwerking van de Commissie met de NVAO over activiteiten die meer zicht moeten gaan bieden op de arbeidsmarktrelevantie is afgesproken (o.a. workshop met ROA en verkenning naar mogelijkheden voor gestandaardiseerd arbeidsmarktonderzoek voor de top-25 sectoren met georganiseerd bedrijfsleven).

De NVAO geeft voor het opstellen van een plan van aanpak voor definitieve invoering nog een aantal suggesties mee:

- Maak de Ad's niet te smal of functiespecifiek want dan gaan deze concurreren met bedrijfsopleidingen en komt er aan de onderkant van het HBO opnieuw een te breed en ondoorzichtig aanbod.

¹⁰ MKB Nederland, *Onderbouwing Arbeidsmarktrelevantie Ad-opleidingen. Een kader voor de uitwerking*, Delft, januari 2006.

- Zoek de uitwerking van de arbeidsmarktrelevantie niet te veel in systeemoplossingen (verplichte advisering, nieuwe afstemmingsorganen ed.) want dat leidt al snel tot bureaucratisering. Een functionele, meer output gerichte afstemming onderwijs-arbeidsmarkt acht zij zinvoller. Daarbij wordt aangegeven wat de inhoudelijke eisen vanuit het beroepenveld zijn die in de Ad-opleiding een plek moeten krijgen. Daarnaast welke kwantitatieve arbeidsmarktgegevens zijn gebruikt en tot welke keuzes dat heeft geleid.
- Bedrijfsleven moet helder maken welke arbeidsmarktknelpunten met een Ad opgelost kunnen worden; als zij dat niet kan moet je het HBO niet vragen dat voor hen te doen. Schakel dus dat bedrijfsleven in bij de opzet en uitvoering van specifieke Ad's. Let daarbij overigens wel op dat het bedrijfsleven niet overvraagt en zorg voor voldoende onafhankelijk arbeidsmarktonderzoek.
- Let er bij definitieve invoering van de Ad's op dat dit tweejarige HBOaanbod ook een incentive wordt om de volledige bachelor hoogwaardiger te maken.

2.3 Terug naar de 15% doelstelling

Is een toename van de instroom van Ad-ers in het HBO van 3% (2010) naar 15% (2020) mogelijk? We kunnen er niet onderuit dat het HBO een punt heeft met het feit dat met 5 jaar pilots, 137 goedgekeurde opleidingen¹¹ en ruim 3000 ingeschreven studenten de spoeling dun is. Toch nog een aantal kanttekeningen daarbij.

De Commissie is van mening dat het huidige bereik niet als indicator voor het potentiële gebruik mag worden gezien omdat het op dit moment nog om een beleidsexperiment gaat. De HBO-raad doet dat echter wel. De pilots stonden slechts open voor een gelimiteerd aantal opleidingen. Sommige hogescholen hebben bewust afgezien van introductie vanwege het pilot-karakter en de daarmee samenhangende onzekerheid over de continuïteit, zo blijkt uit onze gespreksronde. Uit tabel 2.2 hieronder over de deelname van de hogescholen in de pilots, blijkt dat slechts drie een redelijk brede spreiding van Ad-aanbod hebben gegenereerd en zeven enige ervaring hebben opgebouwd. De overige 29 hebben niet (18) of slechts marginaal (11) geparticipeerd.

Tabel 2.2: Omvang Ad-aanbod over bekostigde en niet-bekostigde HBO

Hogescholen	Bekostigd	Niet-Bekostigd
- met Ad	21	4
waarvan > 4 opleidingen	10	
waarvan > 10 opleidingen	3	
• H-Rotterdam		
• Avans		
• Windesheim		
- zonder Ad	18	Ca. 70

¹¹ Wij gaan hierbij uit van het aantal Ad-opleidingen dat een licentie heeft gekregen, dat bedraagt 137. Op die licentie zijn verschillende varianten (voltijds, deeltijds en duaal) mogelijk en ook verschillende locaties waar de Ad wordt aangeboden; in totaal gaat het dan om ca 240.

Kijken we naar de spreiding van de Ad's over de verschillende disciplines of Croho-onderdelen, dan blijken Economie (52), Onderwijs (37), Techniek (30), Landbouw (17) en Gezondheidszorg (9) de top-5 te vormen in aantallen Ad-opleidingen.

Beoordelen we de top-5 op studenteninstroom dan ontstaat het volgende beeld: Management in de Zorg (311), Accountancy (253), Small Business (279), Toerisme (163), Office Management (126), Communicatie (119) en Personeel en Arbeid (115). De instroom bedraagt hier al snel 40 tot 80 studenten per Ad.

Indien alléén al deze laatste vijf meest populaire Ad's qua instroom, landelijk zouden worden uitgerold en op alle vestigingsplaatsen zouden worden aangeboden, zou dit circa 4.800 extra instromers kunnen opleveren. Natuurlijk onder de veronderstelling –die getoetst moet worden- dat er in de andere regio's eenzelfde arbeidsmarktbehoefte blijkt te bestaan. Landelijke uitrol van de overige Ad's zou eenzelfde effect kunnen hebben. Dat zou het totaal brengen op zo'n 13.000 instromers. Dat is circa 13% van het jaarlijkse aantal instromers in het HBO en ligt dus aardig in lijn met de beoogde 15% van het Strategisch Kader.

Een andere benadering is ook mogelijk. Bij hogescholen die zowel een bacheloropleiding als een Ad aanbieden blijkt de Ad goed voor ongeveer 13% van het volume aan studenten. Houden we rekening met het pilotkarakter en de nog geringe bekendheid van de Ad bij zowel studenten, bedrijfsleven als studie- en beroepskeuzeadviseurs¹², dan is groei zeker mogelijk en lijkt de 15% opnieuw een haalbare doelstelling.

Helaas ontbreekt echter een integrale arbeidsmarktprognose met een deugdelijke raming van de behoefte aan opgeleiden op niveau 5. Aan het georganiseerde bedrijfsleven is expliciet gevraagd hierover met kwantitatieve gegevens te komen. Tot nut toe blijkt dit echter verdraaid lastig omdat de Ad nog van zo recente datum is en het bedrijfsleven hiervan gebrekkig op de hoogte. Raadpleging van de achterban geeft wel aan dat er een brede behoefte is aan beroepsopleidingen tussen MBO-4 en HBO-bachelor maar de kwantitatieve omvang hiervan op macro- en/of regionaal niveau blijkt nog moeilijk in te schatten. Sectoraal is voor de Metaelectro en technologische sector (met zo'n 300.000 arbeidsplaatsen) berekend dat men jaarlijks ruim 12.000 mensen op dit niveau tekort komt¹³. Voorts heeft ECABO onder de leerbedrijven in de secretariële, financiële, commerciële, ICT en juridische beroepen onderzoek¹⁴ gedaan waaruit blijkt dat 16% van de bedrijven een grote tot heel grote behoefte heeft aan medewerkers op Ad-niveau. In het derde kwartaal 2010 stonden bij deze sector 145.000 vacatures geregistreerd; als daarbij een opleidingsniveau werd vermeld bleek dat bij één op de zes werd gevraagd om een medewerker op Ad-niveau.

Onze conclusie op basis van bovenstaande data is dat op voorhand niet uitgesloten is dat de 15% gehaald kan worden in 2020. Zeker als men daarbij internationaal vergelijkend onderzoek als dat van EURASHE en ervaringen binnen andere landen in de EU (12%) en OECD (16%) betreft. Wij kunnen ons echter wel voorstellen dat de tijdshorizon nog wat naar voren wordt gehaald met een doelstelling voor 2015. Wij achten dan een doelstelling van 7 á 8% nodig vanuit de ambitie voor 2020 maar ook realistisch gegeven de uitgangssituatie in 2010 met circa 3% Ad-instroom uit de pilots.

¹² Uit de SEO-evaluatie (p. 38) blijkt dat slechts 11% van de MKB-bedrijven ervan heeft gehoord. Het kennisniveau is echter beperkt: 1.4 op een schaal van 1 tot 5.

¹³ Rapportage van VNO-NCW en MKB-NL aan ministerie OCW november 2010.

¹⁴ ECABO afdeling arbeidsmarktonderzoek, *Behoeftte aan Ad-opleidingen in het ECABO domein*, maart 2011.

De realisatie van de 15%-doelstelling zal uiteindelijk afhangen van de bekendheid van het nieuwe aanbod en de wijze hoe dit in de markt wordt gezet bij definitieve invoering, zo zeggen onze gesprekspartners. Daarin zal dus fors geïnvesteerd moeten worden met een voorlichtings- en marketingcampagne.

3. Advies voor een Aanpak

De Strategische Agenda vraagt de Commissie Ad een plan van aanpak op te stellen voor de definitieve uitrol en wel in overleg met de NVAO, de HBO-raad, de NRTO, de MBO-raad en de werkgeversorganisaties. In de afgelopen zomerperiode is met vertegenwoordigers van deze organisaties een eerste gesprek gevoerd over hun verwachtingen ten aanzien van dit plan van aanpak. De reacties en de aankondigingen in de nota *Kwaliteit in Verscheidenheid* leveren daarbij een eerste inventarisatie op van de activiteiten die een plek moeten krijgen in een projectplan.

In essentie gaat het daarbij om de volgende hoofdactiviteiten:

1. Strategische keuze
2. Inhoudelijke uitwerking
3. Processtappen en activiteiten
4. Communicatie
5. Organisatie
6. Planning

3.1 Strategische Keuze

Als we de doelstellingen uit de Strategische Agenda projecteren op het stakeholdersveld, dan is er op voorhand nog onvoldoende commitment op de doelstellingen bij het bekostigde HBO. De vraag is dan of de staatssecretaris ervoor kan en wil kiezen om het primaat van de politiek te stellen en de hogescholen te verplichten mee te werken. Zo ja, wat zal dan het scenario zijn dat zich ontwikkelt? Zo nee, welke andere strategie is er dan mogelijk. De Commissie doet een voorstel voor een strategische keuze.

Doorzetten en afdwingen

De politiek heeft de maatschappelijk gewenste koers uitgezet en de publiek gefinancierde onderwijsinstellingen hebben de plicht hieraan mee te werken. Een pakket met incentives (beloningen en sancties) wordt ontwikkeld, een monitoring- en verantwoordingssysteem dient te worden toegepast inclusief tussentijdse bijsturing van de achterblijvers of onderpresteerders. De Strategische Agenda heeft hiervoor de instrumenten paraat: het af te sluiten hoofdlijnenakkoord met de HBO-sector, het instellingsplan van hogescholen dat moet worden vastgesteld, aanpassingen van de bekostigingsstructuur, inzet van het profielbudget, een reviewcommissie voor de monitoring enz.

De meeste hogescholen zullen naar verwachting pragmatisch reageren en een aantal Ad's ontwikkelen of al bestaande vitaliseren. Soms om de concurrentie van een andere hogeschool te voorkomen, soms om mee te buigen met de politieke wensen. Enkele hogescholen zullen, door overtuiging of incentives gedreven, het Ad-aanbod uitbreiden en er een profileringskeuze van maken. De voorspelling over het resultaat vatten we samen met een uitspraak die niet is toe te schrijven aan een gesprekspartner maar wel de indruk van de

Commissie weergeeft over de effecten: *We rommelen wat mee. Over vijf jaar komt er dan natuurlijk een evaluatie en zal men concluderen dat het niks geworden is. Dan moet het roer natuurlijk weer om. Met alle maatschappelijke schade die dat meebrengt.*

Stapsgewijs uitbreiden

Ook deze strategie gaat ervan uit dat de invoering van de Ad's niet vanzelf tot stand komt maar de energie beter ingezet kan worden op de 'innovators' dan op de tegenstanders en sceptici. Het gaat dan om twee hoofdlijnen waarmee een "succes breeds succes" aanpak wordt gevolgd. Allereerst worden de bestaande Ad's herbeoordeeld en worden de succesvolle definitief gemaakt en bezien of deze breder uitgerold kunnen worden. In de tweede plaats wordt het bedrijfsleven gevraagd de leiding te nemen en in samenwerking met de BVE-sector 25 opleidingen te benoemen die als Ad moeten worden ontwikkeld. Voor deze opleidingen wordt de arbeidsmarktrelevantie met gestandaardiseerd onderzoek verkend. De branches rond deze opleidingen committeren zich aan de opleiding met een prognose voor (duale) instroom en afname van instromende afgestudeerde Ad-ers. Ook maken zij zich sterk voor stimuleringsmiddelen uit O&O-fondsen of CAO-afspraken zoals dat in de pilotfase bijvoorbeeld al is geïntroduceerd in de installatiesector. In lijn met de brief van de trekkers van de Topteams kan zo meer vraaggestuurde ontwikkeling worden georganiseerd en kan de inhoudelijke afstemming van beroeps- en opleidingsprofielen op landelijk niveau gestalte krijgen via (op te richten) centra van expertise en/of vakmanschap¹⁵.

Hogescholen (bekostigd en niet-bekostigd) kunnen vervolgens intekenen op deze 25 geselecteerde en arbeidsmarktrelevante Ad's. Zij zullen daarbij een betekenisvolle samenwerking met het MBO-veld moeten laten zien waarbij de doorstroom van niveau-4 naar niveau-5 is afgestemd via de eindkwalificaties en eventuele brugprogramma's.

Voor deze 25 opleidingen wordt een professionele marketing en promotiecampagne ontwikkeld om studenten en werkgevers beter aan te sluiten en te interesseren voor het nieuwe aanbod van werknemers op niveau-5.

Indien deze aanpak met vraaggestuurde ontwikkeling succesvol verloopt, kan deze jaarlijks herhaald worden.

Advies: Tweesporenbeleid volgen

De Commissie Ad adviseert een tweesporenbeleid te volgen waarbij zowel het eigen initiatief van de hogescholen als de gestuurde ontwikkeling op de top-25 trajecten een plek krijgen. Spoor 1 komt van onderop en geeft alle ruimte aan individuele hogescholen die zich in hun profilering willen richten op Ad's. Zij nemen eigen initiatief in hun regio en laten via de NVAO-accreditatie de kwaliteit, de samenwerking met de bve-sector en de arbeidsmarktrelevantie van hun Ad-opleidingen zien. Ook regionale ROC's kunnen hun voorstellen voor niveau-5 met de hogescholen uitwerken in dit eerste spoor. Indien een regionaal opererende hogeschool niet aan deze voorstellen mee wil werken, kan een andere hogeschool samenwerking met de betreffende ROC aangaan. Speciale aandacht in dit eerste spoor is er ook voor de verbreding van succesvolle, lopende Ad's naar nieuwe regio's.

¹⁵ Brief aan de minister van Economische Zaken van de trekkers van de Topsectoren, Den Haag, 17 juni 2011. Deze gedachte bouwt voort op de functie van de Kenniscentra in het MBO en Sector Skills Councils in het buitenland.

Spoor 2 richt zich op de top-25 Ad's die door het georganiseerde bedrijfsleven op landelijk niveau worden benoemd. Hiermee krijgt de staatsecretaris OCW en de minister van EL&I de garantie dat op een aantal economische topsectoren en/of maatschappelijke relevante gebieden waarvan onmiskenbaar is aangetoond dat er arbeidsmarktrelevantie bestaat, Ad-aanbod wordt ontwikkeld. Bovendien committeren bedrijfsleven en mbo zich mede aan de kwalitatieve ontwikkeling van het Ad-aanbod en de kwantitatieve instroom naar de Ad's omdat zij in het proces een agenderende rol krijgen toebedeeld. Door hogescholen te laten tenderen op de top-25 kan bovendien een kwaliteitsprikkel worden ingebouwd.

De commissie meent dat met deze aanpak ook ingespeeld wordt op de motie De Rouwe-Van der Ham over de betrokkenheid van de bve-sector. Het mbo kan haar rol immers op twee manieren gestalte geven: via de regionale samenwerking en via de betrokkenheid in de opstelling van de top-25 en de jaarlijkse update daarvan.

3.2 Inhoudelijke Uitwerking

Natuurlijk is de inhoudelijke uitwerking afhankelijk van de strategische keuze die de staatssecretaris wil maken. Toch is er al een groot aantal beleidselementen dat nu schematisch in beeld komt voor verdere uitwerking omdat ze in de Strategische Agenda zijn opgevoerd. Het gaat hierbij om een systematische inventarisatie en uitwerking van de beleidsonderdelen die noodzakelijk zijn om tot definitieve invoering van Ad's te komen en die activiteiten die in de overgangsfase daarnaar toe nodig zijn. In bijgaande tabel 3.1 is een eerste aanzet daarvoor gegeven. De beleidsdirectie bij OCW dient dit verder uit te werken en de Commissie Ad is bereid dit te beoordelen en daarover te adviseren. De Commissie acht het niet haar rol hiervoor zelf een gedetailleerde projectplanning uit te werken.

Tabel 3.1: Activiteiten brede invoering Ad's

Actie	Tijdpad	Actor	Toelichting
Ronde 4B/mbo-locatie			
	1-11-2010	OCW	operationaliseren "maximaal 50% (1 ^e deel) op bve-locatie"
		OCW	uitschrijven tender
		Cie Ad	marginiaal toetsen arbeidsmarktrelevantie
Extra Ad Pilotronde 5			
	1-11-2011	OCW	Tender openen
	1-1-2012	OCW	Tender sluiten
	15-3-2012	NVAO	NVAO toetsing gereed
	15-4-2012	Cie Ad	arbeidsmarktrelevantie toetsen conform eerdere rondes
Herbeoordelen Pilots			Cie Ad beziet alle ingeschreven Ad's en adviseert over de opleidingen die in aanmerking komen voor definitieve toelating en de te schrappen Ad's vanwege ontbrekende initiatieven of achterblijvende studentenaantallen.
Hoofdlijnenakkoord NRTO, HBO-raad	nov-11	OCW	
Afspraken maken over:			
			Reductie opleidingen aanbod (label en vestigingsplaatsen) bredere bachelors (uitdunnen)
			landelijke uitrol Ad's
			Werkbezoek Rotterdam Academy en/of Tilburg
			diploma-bekostiging Ad

Eén element uit de geïnventariseerde vervolgcacties willen wij nog nader toelichten; het betreft het **herijken of herbeoordelen van de huidige pilots**. Bekend is dat een beperkt aantal Ad's al weer beëindigd is en een onbekend aantal (nog) niet van start is gegaan of slechts met een zeer gering aantal studenten. De commissie adviseert de staatssecretaris daarom niet alle 137 Ad-opleidingen met een licentie uit de pilotfase zo maar om te zetten naar een definitieve goedkeuring. De betreffende instellingen hebben een plan ingediend en op basis daarvan hebben zij hun accreditatie en CROHO-registratie verkregen. Als blijkt dat verschillende Ad-opleidingen deze voornemens niet halen of niet nakomen, dan zouden zij naar het oordeel van de commissie niet van rechtswege en dus automatisch naar de definitieve fase over behoren te gaan. Slappende opleidingen zullen de toetreding van nieuw aanbod vanuit een macrodoelmatigheidsoordeel kunnen tegenhouden. De commissie adviseert de definitieve fase te starten met een opgeschoonde lijst van Ad's die ook werkelijk in de markt staan. De commissie is bereid de herbeoordeling op de daadwerkelijke prestaties uit te voeren op basis van de criteria die ook golden voor de toelating van de Ad-opleidingen. Bij de herbeoordeling gaat het niet om een accreditatie maar om de vraag of het ingediende plan daadwerkelijk tot uitvoering is gekomen dan wel per schooljaar 2011-2012 van start is gegaan of nog zal gaan. Als blijkt dat de levensvatbaarheid twijfelachtig is, zou de betreffende Ad dus geen definitieve goedkeuring moeten krijgen. Een politieke keuze hierover is gewenst.

3.3 Processtappen

Hoe de betrokken stakeholders bij dit proces te betrekken? Op basis van onze verkenning adviseren wij in elk geval de volgende processtappen.

- **Sessie NRTO-bedrijven**
 - Doelstelling: 1. inventariseren aanbod; 2. verkennen inhoud eventueel convenant
 - Deelnemers: top 5 bedrijven, projectorganisatie OCW
 - Initiatief: NRTO
 - Planning: september 2011 voor delegatie-overleg

- **Sessie HBO**
 - Doelstelling: 1. uitwerken aantal basiselementen w.o. diplomabekostiging (techniek, voorkomen oneigenlijke studietrajecten), relatie MBO4-Ad-Ba (aansluiting en doorstroom MBO-4, inbedding binnen bachelor, toelaatbaarheidstoets Ba en OER), voorkomen averse prikkels in het systeem; 2. inventariseren afspraken hoofdlijnenakkoord .
 - Deelnemers: 3 HBO-raad deelnemers, 3 OCW, MBO vertegenwoordiging voor afstemming doorstroomtraject
 - Initiatief: OCW
 - Planning: september 2011

- **Sessie Commissies Beroeps- en Hoger Onderwijs werkgevers**
 - Doelstelling: 1. Benoemen rol en verantwoordelijkheden bedrijfsleven bij Ad's en hoe die te verankeren in invoeringsproces; 2. leereffecten pilots expliciet maken; 3. aanpak

- arbeidsmarktonderzoek; 4. communicatiebehoefte ivm bekendheid Ad bij achterbannen; 5. instemming strategische keuze 25-sectoren en eigen werkgeversrol
- Deelnemers: Branchevertegenwoordigers
 - Initiatief: VNO-NCW-MKBNederland
 - Planning: 27 september 2011 eerste overleg; workshop november-december
- **Workshop Arbeidsmarktrelevantie.**
 - Doelstelling: 1. kader voor onderbouwing arbeidsmarktrelevantie rond start Ad's; 2. brochure met voorbeelden en datagebruik (zie bijlage 2 van prof. Van der Velden); 3. opzet voor raamcontract arbeidsmarktonderzoek (prognoses).
 - Deelnemers: ca. 15 deelnemers vanuit werkgeversorganisaties, Commissie macrodoelmatigheid, NVAO, HBO, NRTO, MBO, SBB, Kenniscentra
 - Initiatief: Commissie Ad i.s.m. NVAO en ROA.
 - Tijdstip: 12 oktober 2011 bij NVAO
- **Workshop Leren van het Werk in Uitvoering**
 - Doelstelling: leren van een aantal succesvolle en mislukte Ad's, de inhoudelijke kritische succesfactoren opsporen en de procesaanpak expliciet maken.
 - Deelnemers: commissie Ad, medewerkers OCW, NRTO, HBO-raad, werkgeversvertegenwoordiging en MBO-raad.
 - Initiatief: Aanbod van Avans (Van Kalmthout) i.s.m Commissie Ad
 - Tijdstip: 26 oktober 2011
- **Aansluiting bij Topsectorenbeleid**
 - Doelstelling: binnen de te ontwikkelen plannen voor de topsectoren de HRM-factor expliciet krijgen, arbeidsmarktknelpunten benoemen, voorstellen voor op te stellen sectorplannen ontwikkelen en de rol van Ad-opleidingen daarin duiden; koppeling met arbeidsmarktonderzoek maken
 - Deelnemers: EZ, OCW, werkgeversorganisaties
 - Initiatief: EZ met OCW
 - Tijdstip: oktober voor verkennen aanpak.
- **Leido-conferenties**
 - Doelstelling: bereiken van de mensen in het onderwijsveld zelf die betrokken zijn bij lopende en nieuw te ontwikkelen Ad's. Leido, project- en adviesorganisatie voor het hogerberoepsonderwijs volgt het Ad-proces vanaf het begin en heeft op eigen wijze vrijwel alle stakeholders in het proces op gezette tijden van advies gediend. Leido organiseert in oktober 2011 en in het voorjaar 2012 een conferentie over de Ad. Deze conferenties kunnen benut worden om een directe kring van betrokkenen in het onderwijsveld zelf te bereiken.
 - Planning: 7 oktober 2011, voorjaar 2012 en in juni 2012 werkbezoek van en interactie met Amerikaanse deskundigen rond Community Colleges.

3.4 Communicatie

De definitieve invoering van de Ad-opleidingen vergt nog heel wat communicatie. Tot nu toe is dat onvoldoende gebleken, hoe mooi de gemaakte filmpjes ook zijn. Daarvoor dient een afzonderlijk communicatieplan gemaakt en uitgevoerd te worden dat in elk geval rekening houdt met de volgende elementen.

- **Bekendmaken van het besluit tot definitieve invoering en de redenen daarvoor.**
 - Uitgangspunt is de Strategische Agenda. Kernboodschappen voor diverse doelgroepen opstellen. Argumenten nog eens goed over het voetlicht brengen. Kritische punten van goede reactie voorzien (Q&A). Goede voorbeelden uitdragen. Primaat van de politiek stellen: kabinet heeft besloten, na overleg met de Tweede Kamer nu verder. Idee: de Ad als instrument om de kwaliteitsborging in HBO te vergroten na alle gedoe dat er geweest is. Staatssecretaris en minister aan zet via management by speech (interview vooravond TK-debat; opening academisch jaar; periodieken stakeholders). Daarnaast ambassadeurs kiezen en kernboodschap laten doorvertellen. Formeel lanceren van pilotronde 5.
 - Planning: oktober 2011.

- **Convenant NRTO**
 - Het niet bekostigde onderwijs is zeer positief over definitieve uitvoering en kan nut en noodzaak daarvan goed verwoorden. OCW is gastheer voor een door NRTO zelf te organiseren happy-hour symposium. De staatssecretaris opent dit met korte speech, vraaggesprek en tekenen van een convenant met een aanbod aan Ad's van de instellingen en intenties van de staatssecretaris m.b.t. Ad's.
 - Planning: november 2011

- **Hoofdpijnenakkoord als startmoment voor uitvoering**
 - Samen laten vallen met een Ridderzaallezing over de toekomst van het HBO of Levenlangleren. Presentatie nieuwe arbeidsmarktprognoses, trends en hoe daarop in specifieke topgebieden, clusters of sectoren ingespeeld wordt met o.a. de Ad. Internationale context aandacht geven. Gevoelsaspect: HBO heeft de toekomst, twijfel aan kwaliteit is voorbij. Resultaten inschrijving pilotronde 5 bekendmaken.
 - Planning: eind 2011 of voorjaar 2012.

- **Studentenvoorlichting**
 - De kennis over de Ad en wat dit zou kunnen betekenen voor MBO-4 studenten en werkenden in specifieke branches is nog klein. Voor deze doelgroepen wordt een gerichte campagne opgezet met website-info, brochure. Indirect worden studie- en beroepskeuze adviseurs en decanen geïnformeerd. Met hogeschole afspraken maken over info rond open dagen.

- Planning: website-info en voorlichtingsbrochure met beschikbaar aanbod studiejaar 2012-2013 gereed januari 2012; aansluiten bij decanendagen gedurende eerste halfjaar 2012.
- **Werkgeversvoorlichting**
 - Werkgeversorganisaties nemen op zich de achterbannen goed te informeren en hen te interesseren voor het beschikbare Ad-aanbod voor werkenden en nieuwe instroom. VNO-NCW-MKB Nederland coördineert en krijgt voor het te maken materiaal een medefinanciering van OCW tot een nader te bepalen maximum.
 - Planning: eerste kwartaal 2012 via af te spreken acties.

3.5 Organisatie

De staatssecretaris heeft de invoering van de Ad's tot een politieke prioriteit gemaakt. Dat vraagt om zorgvuldige en goed gecoördineerde interne en externe activiteiten en optreden. Wij adviseren tot de vorming van een projectteam en een extern Platform dat als buitenboordmotor kan functioneren. Om de kwaliteit van de Ad-aanvragen en snelheid in de implementatie te krijgen zou een help-deskfunctie ingericht kunnen worden.

Projectteam

Om de druk op de uitvoering te houden is het aan te bevelen een projectteam te benoemen met in elk geval de volgende kwaliteiten:

- Projectleider en eindverantwoordelijke voor werkplan en uitvoering
- Medewerkers OCW met kennis van en ervaring met HBO en MBO-veld
- Beleidsmedewerker arbeidsmarkt met kennis over arbeidsmarktonderzoek
- Beleidsmedewerker van EZ voor werkgeversbinding en topsectoren
- Voorlichtings- en communicatiemedewerker.
- Adequaate projectbudget voor out of pocket kosten.

Platform

De werkgeversorganisaties en de MBO-raad hebben in hun reacties sterk aangedrongen op de vorming van een platform van stakeholders. Dit platform dient de invoering te begeleiden, de voortgang te monitoren en de staatssecretaris en de stakeholders van advies te voorzien over specifieke knelpunten. De staatssecretaris heeft de Commissie Ad een zodanige rol toegekend rond het plan van aanpak. Om bestuurlijke drukte te voorkomen adviseren wij de Commissie Ad om te vormen tot een wat breder platform dat ook het draagvlak verder kan versterken in de beleidsomgeving. Het aanpassen van de instellingsbeschikking is een snellere weg dan iets nieuws creëren. De beoordeling van de komende ronde Ad-aanvragen (pilot 5) en de herbeoordeling van de lopende Ad's kan in een overgangsfase nog door de bestaande Commissie worden verzorgd. Het lijkt logisch de nieuw samen te stellen Commissie tijdelijk (tot en met de tussenevaluatie 2015) te benoemen. De samenstelling: 5 leden en een onafhankelijke voorzitter. De leden zijn bekend met het bekostigde en het niet bekostigde HBO, het MBO, het georganiseerde bedrijfsleven en een arbeidsmarktdeskundige. De huidige leden en voorzitter van de Commissie Ad zijn bereid hun functie ter beschikking te stellen.

Helpdesk

Bij de opzet van concrete Ad-opleidingen en de aanvragen voor toelating lopen de initiatiefnemers tegen veel vragen aan. Vragen waarop een snel en uniform antwoord nodig is. Wij adviseren daarvoor twee jaar lang een centrale helpdesk-functie in te richten bij het Leido. Deze organisatie beschikt over een schat aan kennis over de lopende Ad's en is zeer aangesloten op de beleidsomgeving. Ten behoeve van ronde 5 van de pilots kunnen nog enkele informatie-bijeenkomsten worden belegd voor aanvragers van nieuwe Ad's (november-begin december).

3.6 Planning

Het komende halfjaar staat er veel op het spel rond de aansturing van de definitieve invoering van de Ad's vanuit OCW. Daarna domineert het wetgevingsproces en verschuift de aandacht naar vooral het hogeronderwijsveld en de werkgevers voor de opzet van concrete Ad-opleidingen.

Naast de al benoemde planning in de gewenste processtappen en de communicatie zal de inhoudelijke uitwerking in een projectplan moeten worden uitgewerkt. Dit dient op werkniveau te gebeuren; voor de Commissie Ad gaat dit de hoofdlijnen waarop zij adviseert te boven. Wel biedt zij aan daarop graag mee te kijken en desgewenst te adviseren.

Bijlage 1 - Gesprekspartners

HBO-raad

Dhr. Drs. A.B. de Graaf; algemeen secretaris

Dhr. R. Smits; beleidsadviseur

HBO

Dhr. Prof.dr. A.W.C.A. Cornelissen; vz CvB Windesheim

Dhr. Drs. W.Boomkamp; vz CvB Saxion

Dhr. Drs. F.J.M. van Kalmthout; vice-vz CvB Avans

Dhr. Mr. M.J.G.Wintels; vz CvB Fontys

NRTO

Dhr. Mr. M.J. Kuipers, voorzitter Leidse Onderwijsinstellingen

Dhr. Drs. J.M. Winkelman, algemeen directeur NTI

Mw. Drs. M.H.J. van 't Klooster MBA; directeur

VNO-NCW en MKB-Nederland

Mw. Ir. G..F.W.C. Visser-Van Erp; secretaris onderwijs

MBO-raad

J.P.C.M. van Zijl; voorzitter

NVAO

Drs. R. P. Zevenbergen; bestuurslid

H. Ponds; beleidsmedewerker

Leido

Hans Daale; Project- en adviesorganisatie voor het beroepsonderwijs

ROA

Prof. Dr. R.K.W. van der Velden

Ministerie van OCW

Drs. R. Minnée, directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering

B.A. Broerse en M.H.J. Odekerken, beleidsmedewerkers Hoger Onderwijs en Studiefinanciering

Bijlage 2 - Workshop Arbeidsmarktrelevantie (prof Van der Velden)

De wens bestaat om de instroom in AD fors te vergroten naar zo'n 15%. Deze toename van de instroom spoort met de uitkomsten uit ROA onderzoek dat er een groot gat is tussen het huidige MBO-4 niveau en het HBO bachelor niveau. Dit gat is groter dan bv het gat tussen HBO bachelor en WO master en veel groter dan tussen de overige niveaus binnen het MBO. Er lijkt op grond van de verdeling in zowel capaciteiten als in beloning behoefte te zijn aan een substantieel extra uitstroom niveau tussen MBO-4 en HBO bachelor in: dat gat kan door AD opgevuld worden.

Om AD's te mogen aanbieden moeten opleidingen plannen indienen waarbij de macrodoelmatigheid wordt onderbouwd. Het blijkt dat opleidingen veel moeite hebben om dit goed te doen. Ze hebben er weinig ervaring mee en de manier waarop het gebeurt varieert heel sterk. Soms wordt er eigen onderzoek verricht of zijn er goede contacten geweest met het werkveld, andere keren ontbreekt de onderbouwing vrijwel geheel.

Het is belangrijk dat instellingen enige ondersteuning krijgen hoe ze de macrodoelmatigheid van een opleiding zouden kunnen onderbouwen. Het is daarbij gewenst dat de werklast voor de instelling beperkt blijft. Het is ondoelmatig als elke instelling voor elke AD die ze willen aanbieden enkele maanden onderzoek zou moeten (laten) verrichten om de macrodoelmatigheid aan te tonen. Daarmee zou het zijn doel voorbij schieten en het is zeer de vraag of een dergelijke inzet altijd tot een betere onderbouwing leidt.

Wat we voor ogen hebben is om instellingen hele concrete handvaten te bieden om de macrodoelmatigheid te onderbouwen. Daarbij zijn we er ons van bewust dat er meerdere wegen naar Rome leiden. Soms kan men door contacten met het werkveld nieuwe ontwikkelingen op het spoor komen die leiden tot beroepen waarvoor nog geen opleidingen bestaan en waarvoor het gewenst is om een AD te ontwikkelen. In andere gevallen kan men juist op basis van bestaande gegevens over de arbeidsmarktsituatie van opleidingen in het MBO-4 en HBO afleiden dat er behoefte is aan een extra uitstroomniveau.

Het Nederlandse HBO verkeert in de gunstige omstandigheid dat er al heel veel cijfers beschikbaar zijn op basis waarvan men een analyse over de mogelijke doelmatigheid kan maken. De meeste van deze gegevens hebben hogeschole ook al ter beschikking, maar het ontbreekt vaak nog aan de kennis en ervaring om met deze cijfers te kunnen werken. In het voorgestelde project willen we instellingen helpen om dergelijke afwegingen te maken. Daarbij willen we ook voorbeelden geven hoe ze de cijfers waarover ze al beschikken kunnen gebruiken en interpreteren.

Voor de onderbouwing van de macrodoelmatigheid zijn 3 databronnen van belang:

1. De 2-jaarlijkse prognoses van het ROA over de toekomstige arbeidsmarktsituatie van bepaalde opleidingen. Op HBO niveau worden ongeveer 35 opleidingstypen onderscheiden en op MBO niveau ongeveer 30. Voor elk van deze opleidingstypen is bekend wat de huidige arbeidsmarktsituatie is, wat

de verwachte situatie is in de komende 5 jaar, of er veel of weinig substitutie met andere opleidingen plaatsvindt op de arbeidsmarkt, of het erg conjunctuurgevoelig is etc. De cijfers zijn beschikbaar voor de hogescholen die participeren in de HBO-Monitor (dat zijn vrijwel alle instellingen).

2. De jaarlijkse cijfers van de HBO-Monitor, het onderzoek dat plaatsvindt onder de afgestudeerden van het HBO ruim een jaar na het verlaten van de opleiding. In dit onderzoek participeren vrijwel alle hogescholen en alle afgestudeerden. Het onderzoek geeft voor elke opleiding een gedetailleerd beeld over de arbeidsmarktsituatie van de afgestudeerden, waar ze terechtkomen, wat de vereisten zijn in de functie, of ze binnen hun vakgebied werken, welke competenties nodig zijn, of ze iets gemist hebben in de opleiding, of ze de opleiding opnieuw zouden kiezen en – zo niet – welke opleiding dan wel. Alle cijfers zijn beschikbaar voor de deelnemende instellingen die hierover een vertrouwelijke rapport krijgen.
3. De jaarlijkse cijfers van de MBO-Monitor, het onderzoek dat plaatsvindt onder de afgestudeerden van het MBO ruim een jaar na het verlaten van de opleiding. Dit betreft een landelijke steekproef door het ROA op basis van het register van DUO en levert vergelijkbare gegevens op als de HBO-Monitor. Alle gegevens zijn beschikbaar via publieke rapportages en online via de website van het ROA.

We stellen voor om een brochure te maken van 10-15 pagina's waarin heel concreet aan de hand van diverse voorbeelden wordt duidelijk gemaakt hoe HBO instellingen deze cijfers kunnen gebruiken om de macrodoelmatigheid te onderbouwen of omgekeerd tot de conclusie zouden moeten komen dat er geen duidelijke behoefte bestaat aan een AD. Een dergelijke exercitie is niet gewoon een kwestie van cijfers invullen in een formule. Het gaat er juist om een geloofwaardige redenering op te bouwen. We zullen dit illustreren aan de hand van diverse praktijkvoorbeelden, waarbij we telkens precies zullen aangeven welke cijfers men nodig heeft, waar men die kan vinden, welke conclusies men uit het materiaal kan halen en in welke gevallen het nodig is om extra onderbouwingen te geven.

Voorgesteld wordt om een dergelijke brochure in de loop van oktober tijdens een workshop te presenteren aan betrokkenen van het HBO-veld.