

2018/028+1

ONTVANGEN 05 JUNI 2018



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Avans Hogeschool
T.a.v. College van Bestuur
Postbus 90.116
4800 RA BREDA

**Hoger Onderwijs en
Studiefinanciering**
Rijnstraat 50
Den Haag
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Datum **01 JUNI 2018**
Betreft Besluit macrodoelmatigheid nevenvestiging hbo Ad Communicatie te 's-
Hertogenbosch

Onze referentie
1368291

Uw brief van
19 maart 2018

Uw referentie
18B000276

Bijlagen
1

Geacht College,

Met uw brief van 19 maart 2018, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 26 maart 2018, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de hbo Associate degree-opleiding Communicatie tevens als bekostigde opleiding (voltijd) te verzorgen in 's-Hertogenbosch. De opleiding is voorgesteld in het Croho-onderdeel Economie en de studielast is door u bepaald op 120 studiepunten.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 15 mei 2018, kenmerk 2018/028, positief geadviseerd over uw aanvraag. Dit advies, dat integraal deel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

Besluit

Gelet op het bovengenoemd advies van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Beleidsregel doelmatigheid hoger onderwijs 2014 (hierna: Beleidsregel), heb ik besloten in te stemmen met uw voornemen om de hbo Associate degree-opleiding Communicatie tevens als bekostigde opleiding te verzorgen in 's-Hertogenbosch.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 7.17 van de WHW. Voorts is de Beleidsregel leidraad geweest voor mijn afwegingen.

Motivering

Overeenkomstig het advies van de CDHO, concludeer ik dat uw aanvraag voldoet aan de voorwaarden a en b van artikel 15, lid 1, van de Beleidsregel. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het advies van de CDHO.

Croho-procedure

Ingevolge artikel 7.17, vierde lid, van de WHW vervalt dit besluit indien de opleiding niet binnen zes maanden na dagtekening van dit besluit is geregistreerd in het Centraal register opleidingen hoger onderwijs (Croho). Voor de registratie

Een belanghebbende kan tegen dit besluit binnen zes weken na de dag waarop het besluit hem is toegezonden schriftelijk bezwaar maken. De belanghebbende dient daartoe een bezwaarschrift in bij De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap of De minister voor Basis- en voortgezet Onderwijs en Media, onder vermelding van "Bezwaar", ter attentie van DUO Bezwaarschriftencommissie, Postbus 30205, 2500 GE Den Haag. Meer informatie over het maken van bezwaar vindt u op www.duo.nl/zakelijk_onder 'Oneens met Duo'.

van uw opleiding kunt u gebruik maken van a-Croho. Mocht u vragen hebben over de registratie, dan kunt u contact opnemen met registersho@duo.nl.

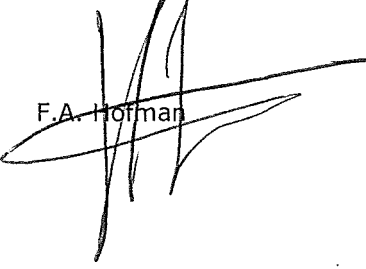
Onze referentie
1368291

Een afschrift van deze brief is verzonden aan de CDHO, de NVAO, DUO-Groningen, de Inspectie van het Onderwijs en de Vereniging Hogescholen.

Met vriendelijke groet,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
Ingrid van Engelshoven
namens deze,
de directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,

F.A. Hofman



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
t.a.v. de Minister
mw. mr. drs. I.K. van Engelshoven
Postbus 16375
2500 BJ DEN HAAG

Advies Geachte mevrouw Van Engelshoven,

Op 26 maart 2018 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (CDHO) het voornemen ontvangen van Avans Hogeschool om de hbo Ad Communicatie als nevenvestiging in 's-Hertogenbosch aan te bieden (brief van 19 maart 2018 met kenmerk 18B000276). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling van de aanvraag benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen. Om zorgvuldige besluitvorming mogelijk te maken was de commissie genoodzaakt de behandeltermijn van de aanvraag te verlengen tot 4 juni 2018.

datum
15 mei 2018

onderwerp
Nevenvestiging
voltijd
hbo Ad
Communicatie
Avans Hogeschool
's-Hertogenbosch

ons kenmerk
2018/028

bijlage
beoordelingskader

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hierna volgende adviseert de commissie u om positief te besluiten op het verzoek van Avans Hogeschool om de hbo Ad Communicatie als nevenvestiging in 's-Hertogenbosch te verzorgen.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in artikel 7.17 van de Wet op het Hoger onderwijs en Wetenschappelijk onderzoek (WHW). Voorts heeft de Beleidsregel doelmatigheid hoger onderwijs van 3 juli 2014, verder te noemen de Beleidsregel, voor de commissie als leidraad gediend. Het beoordelingskader treft u in de bijlage bij dit advies aan.

Omschrijving van de aanvraag

Aanvrager wil de Ad Communicatie ook in 's-Hertogenbosch aanbieden. Het gaat om een Nederlandstalige Ad in het Croho onderdeel Economie. De opleiding omvat 120 EC en wordt in voltijd aangeboden. De opleiding is bedoeld voor mbo-4 afgestudeerden in de richtingen medewerker marketing en communicatie of secretariael. De Ad leidt studenten op tot de volgende rollen binnen de Corporate Communicatie, Marketing Communicatie en Interne Communicatie: content ontwikkelaar, content vormgever, redacteur/copywriter, social media specialist, communicatieadviseur en/of organisator.

Aanvrager doet een beroep op criteria a en b in art. 15 lid 1 van de Beleidsregel.

Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie aan criterium a en b in art. 15 lid 1 van de Beleidsregel.

Beoordeling criterium art. 15 lid 1 sub a Beleidsregel

Aanvrager stelt dat de opleiding aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

pagina 2 van 7 Beoordeling maatschappelijke behoefte

Aanvrager heeft aan de hand van de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 2015-2025 (De waarde(n) van weten) van het departement van OCW en uw brief aan de Tweede Kamer van 5 juni 2015 (referentie 75550) de noodzaak tot stevige positionering van de Ad in het Nederlandse onderwijsbestel beargumenteerd. Het belang van verzelfstandiging van de Ad is in het verleden reeds door de Commissie Veerman (Differentiëren in Drievoud, 2010) en meer recent ook door de Vereniging Hogescholen in haar Strategische Visie hbo 2025 'Wendbaar en Weerbaar' benadrukt. Aanvrager is van oordeel dat zij met haar ambities vorm geeft aan de beleidsprioriteiten op het gebied van opscholing van mbo'ers en de vormgeving van flexibel en vraaggericht onderwijs. De commissie stelt aan de hand van de Strategische Agenda en de brief aan de Tweede Kamer van 5 juni 2015 vast dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de behoefte op de arbeidsmarkt heeft aanvrager vakliteratuur communicatie aangehaald. Daarnaast verwijst aanvrager naar de Rapportage Trendonderzoek interne communicatie 2013: resultaten online enquête, UT 2013. Emeritus hoogleraar Communicatiewetenschap Betteke van Ruier en hoogleraar Socio-Ecological Interactions Noelle Aarts zijn door aanvrager geïnterviewd om de relevantie van de opleiding te duiden. Aanvrager verwijst verder naar Yacht, marcom infographic, Q4 2016.

Lexnova heeft voor aanvrager in februari 2018 een drietal onderzoeken verricht. In de eerste plaats heeft Lexnova deskresearch verricht (Kwantitatief arbeidsmarktonderzoek). In de tweede plaats heeft Lexnova een online-enquête gehouden en vervolgens een serie diepte-interviews gehouden (Kwalitatief uitstroomonderzoek onder werkgevers, deelonderzoek B). Ten slotte heeft aanvrager zelf een kwalitatieve analyse uitgevoerd ter validering van laatstgenoemd onderzoek (Onderzoek Associate degree hbo Communicatie, Kwalitatieve analyse) onder 11 grote potentiële werkgevers. Ten slotte heeft aanvrager 12 adhesiebetuigingen bijgevoegd. Ook heeft aanvrager een aantal bronnen bijgevoegd die in de onderbouwing van de aanvraag niet aan de orde komen. Dit betreft een alumni onderzoek van de Hogeschool Leiden. Een gesprek zonder einde, Universiteit van Amsterdam, Logeion Trends 2018, Arbeidsmarktanalyse Provincie Noord Brabant en Rabobank, cijfers en trends communicatiebureaus. De commissie heeft deze bronnen niet bij de beoordeling betrokken.

Uit het onderzoek van de Universiteit Twente blijkt dat er behoefte is aan communicatiemedewerkers die content kunnen schrijven, produceren en kunnen adviseren over het communicatieproces. De overige door aanvrager aangehaalde vakinhoudelijke literatuur onderstreept het belang van persoonlijke en relevante bedrijfscommunicatie en interactieve media. De conclusie luidt dat omdat het communicatieproces ingewikkelder wordt, andere eisen worden gesteld aan de communicatieprofessional. De geïnterviewde hoogleraren herkennen deze inhoudelijke ontwikkelingen. De commissie is van oordeel dat de omvang van de arbeidsmarkt vraag hiermee niet is aangetoond. De uitspraak van 1 hoogleraar dat elke organisatie met meer dan 50 medewerkers behoefte heeft aan een content specialistische communicatieprofessional maakt dit niet anders. De aanvrager heeft verwezen naar een infographic van Yacht uit 2016. Volgens Yacht is de vraag naar marketing- en communicatieprofessionals in het vierde kwartaal van 2016 met 23% gestegen ten opzichte van het vierde kwartaal van



Commissie
Doelmatigheid
Hoger Onderwijs

pagina 3 van 7 2015. Naast de strategische marketing- en communicatiefuncties is ook een stijging waar te nemen bij copywriters en medewerkers online communicatie. De gegevens van Yacht geven een momentopname van het vierde kwartaal in 2016. Hoewel deze momentopname geen betrekking heeft op de actuele situatie of op de jaren na 2018 geeft het wel een positieve indicatie

In het kwantitatief onderzoek van Lexnova is informatie van ROA opgenomen over de beroepsgroepen 'Grafisch vormgevers en productontwerpers' en 'Adviseurs marketing, pr en sales'. De benadering per beroepsgroep bevat geen nadere uitsplitsing naar opleidingsniveau. De data per beroepsgroep kunnen dus betrekking hebben op alle opleidingsniveaus.

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte uitbreidingsvraag tot 2022		5600	11	1.3	hoog
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte vervangingsvraag tot 2022		4000	8	1.3	erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte baanopeningen tot 2022		9700	19	2.9	gemiddeld
Grafisch vormgevers en productontwerpers	ITKB knelpunten beroepsgroep in 2022	0.34				groot
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte uitbreidingsvraag tot 2022		6700	5	0.8	gemiddeld
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte vervangingsvraag tot 2022		7700	6	0.9	erg laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte baanopeningen tot 2022		14400	10	1.5	erg laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	ITKB knelpunten beroepsgroep in 2022	0.86				enige

Bron: ROA, AIS

De beroepsgroep 'Grafisch vormgevers en productontwerpers' omvat blijkens de ROA-classificatie product- en kledingontwerpers en grafisch vormgevers en multimedia vormgevers. De commissie is van mening dat de ROA-data voor de beroepsgroep 'Grafisch vormgevers en productontwerpers' ten dele van toepassing zijn op de Ad Communicatie omdat 'content vormgever' één van de zes rollen van de Ad'er Communicatie is (de andere rollen zijn: contentontwikkelaar, redacteur/copywriter, social media specialist, adviseur en organisator). Het aantal verwachte baanopeningen voor deze beroepsgroep is 'gemiddeld'. Het aantal knelpunten voor de beroepsgroep tot 2022 is echter groot. De commissie is van mening dat de beroepsgroep 'adviseurs marketing, public relations en sales' geheel van toepassing is op de opleiding aangezien uit het beroepsprofiel blijkt dat de kern van de opleiding betrekking duidelijke raakvlakken heeft met marketingcommunicatie, corporate communicatie en interne communicatie. Het aantal verwachte baanopeningen voor deze beroepsgroep is volgens het ROA tot 2022 'erg laag'. Er kunnen volgens het ROA enige knelpunten voor deze beroepsgroep worden verwacht.

Het kwantitatief onderzoek van Lexnova geeft eveneens aan dat de spanningsmarktindicator van het UWV (2018) voor beide beroepsgroepen 'gemiddeld' is. De regionale afwijking van het landelijk gemiddelde is minimaal. De koppeling die Lexnova vervolgens maakt tussen de gegevens van ROA, UWV en ECABO heeft de commissie niet gewogen. De data van ECABO zijn uit 2013 en hebben betrekking op de periode 2014 tot 2018. Deze data zijn inmiddels verouderd. Hierdoor heeft de commissie het aantal potentiële baanopeningen dat door Lexnova mede op grond van deze gegevens is berekend niet meegewogen.

Lexnova heeft voorts 107 werkgevers in een straal van 60 km rond Den Bosch online geënquêteerd met een aantal vragen over deze opleiding. De meest relevante vraag uit dit onderzoek is of deze werkgevers binnen nu en drie jaar behoefte hebben aan medewerkers met een afgeronde Ad Communicatie.



Commissie
Doelmatigheid
Hoger Onderwijs

pagina 4 van 7 11% van de werkgevers geeft aan zeker behoefte te hebben aan medewerkers met een afgeronde Ad Communicatie. Uit de enquête blijkt dat sprake is van enige arbeidsmarktbehoefte.

Lexnova heeft een kwalitatief uitstroomonderzoek uitgevoerd onder 15 potentiële werkgevers. Zij is ingegaan op de aansluiting van het opleidingsaanbod op het werkveld, de ontwikkelingen, kansen en bedreigingen voor de nieuwe Ad opleiding, de inhoudelijke aspecten van het profiel en het arbeidsmarktperspectief (de kansrijkheid) voor afgestudeerden. De belangrijkste vraag uit het onderzoek is of de werkgevers binnen nu en vijf jaar bereid zijn om werknemers aan te nemen met een Ad diploma Communicatie. Aanvrager concludeert dat het grootste deel van de respondenten heeft aangegeven zeker mogelijkheden te zien voor Ad'ers communicatie om in loondienst of als zzp'er werkzaam te zijn voor hun bedrijf. In het onderzoeksverslag worden slechts passages uit 6 van de 15 reacties weergegeven (p. 9). Niet alle citaten zijn even concreet. Omdat de gespreksverslagen niet zijn bijgevoegd is het niet duidelijk hoeveel werkgevers bereid zijn binnen nu en vijf jaar werknemers aan te nemen met deze opleiding.

Aanvrager heeft ter validering van het kwalitatief uitstroomonderzoek nog 11 interviews uitgevoerd onder sleutelfiguren van grote ondernemingen en overheidsinstanties (provincies, banken, gemeenten, grote infrastructurele bedrijven, verzekeringsmaatschappijen en de beroepsorganisatie). Geïnterviewden waren doorgaans eigenaar, directeur of zelfstandig adviseur en marketing- & business manager. Niet alle sleutelfiguren waren al bekend met de Associate Degree. Vrijwel alle respondenten ondersteunen de behoefte in algemene zin aan hbo'ers op het gebied van (corporate) communicatie. Het merendeel is positief gestemd over een Ad. Een tweetal respondenten wil graag stageplekken aanbieden. De commissie constateert dat uit dit onderzoek een positief beeld naar voren komt. Het nadeel van het onderzoek is dat het geen kwantitatieve duiding omvat. Het feit dat het merendeel van de geïnterviewde grote werkgevers de behoefte aan deze Ad erkend geeft een positieve indicatie van de arbeidsmarktbehoefte.

Alles overwegende constateert de commissie dat de maatschappelijke behoefte is aangetoond. Een kleine arbeidsmarktbehoefte is aannemelijk gemaakt. De aanvraag voldoet aan criterium a in art. 15 van de Beleidsregel.

Beoordeling criterium art. 15 lid 1 sub b Beleidsregel

Aanvrager stelt dat de aanvraag voldoet aan het zwaartepunt 'Associate Degrees'. Zij verwijst hiervoor naar de brief van het CvB d.d. 15-6-2012 (kenmerk (CvB-12-5331) aan de Staatssecretaris van OCW. In deze brief worden echter door Avans de volgende zwaartepunten genoemd: "Gezondheid en Welzijn, Kunst en vormgeving, Ondernemen, Duurzame Innovatie en Veiligheid."

In het eindadvies van de RCHO van 24 oktober 2016 worden genoemd: Biobased Economy, Caring Society, Duurzame Innovatie, Kunst en Vormgeving, Sustainable Business en Veiligheid. De Associate Degree is hierin niet als zwaartepunt bestempeld. Aangezien de opleiding niet aansluit op de zwaartepunten dient de aanvraag te voldoen aan alle elementen van art. 15 lid 1 sub b van de Beleidsregel.

pagina 5 van 7 Vanaf 26 maart 2018 is op de site van de CDHO kennis gegeven van het voornemen van Avans Hogeschool om de Ad Communicatie ook in 's-Hertogenbosch aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. De commissie heeft geen zienswijzen ontvangen.

Aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde Ad's. De instroom is de afgelopen jaren gegroeid. Voorts merkt aanvrager op dat Hogeschool Schoevers een Ad Marketing en communicatie aanbiedt, maar dat haar instroomgegevens als bedrijfsgeheim worden beschouwd en daarom niet worden gedeeld. De commissie heeft bij de beoordeling van de aanvraag dan ook geen rekening kunnen houden met het belang van deze opleiding.

Instream verwant aanbod

Instelling	Opleiding	2013/14	2014/15	2015/2016	2016/2017
Hogeschool Rotterdam	Ad Crossmediale Communicatie (vt+dt)	0	32	112	163
Inholland (Diemen, Den Haag)	Ad Crossmediale Communicatie (vt)	125	120	91	114
Totaal		125	152	203	277

Bron: Bron HO

Aanvrager noemt ook de in 2017 goedgekeurde Ad Online Contentcreator en de Ad Creative Media Professional van NHL-Stenden. Omdat deze opleidingen nog niet gestart zijn is de instroom in deze verwante opleidingen nog niet beschikbaar. De instroom van de Ad Communicatie (deeltijd) op de hoofdvestiging van Avans in Breda is ook nog niet bekend aangezien deze opleiding pas in 2017 is gestart.

Aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de Ad Communicatie op de locatie van de nevenvestiging. In totaal verwacht aanvrager 23 studenten bij de start, oplopend tot ca. 30 studenten in de volgende jaren. De commissie is van mening dat deze inschatting realistisch is.

Als de instroom in de bestaande opleidingen en de verwachte instroom in de voorgenomen opleiding wordt afgezet tegen de landelijke arbeidsmarktbehoefte, blijkt dat er vanuit de landelijke arbeidsmarkt gezien enige ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven.

Aanvrager heeft een beschrijving geleverd van de inbedding in de bestaande kennisinfrastructuur in 's-Hertogenbosch. De opleiding zal worden ingebed in de Ad-Academy Oost-Brabant (AAAd). Dit initiatief is tot stand gekomen door samenwerking van Avans met het Koning Willem I College, ROC de Leijgraaf, ROC Tilburg en het bedrijfsleven. Met deze partners is een meerjarige samenwerkingsovereenkomst gesloten die toeziet op de inzet van docenten als ook samenwerking op het gebied van voorlichting, marketing en communicatie. M b t. de inzet van docenten is overeengekomen dat voor 50% gebruik gemaakt van docenten van Avans en voor 50% van docenten van de ROC's. Twee keer per jaar wordt bestuurlijk gesproken over de samenwerking en de realisatie van de doelstellingen van de Ad. Er is een digitaal BusinessPoint, waarbinnen

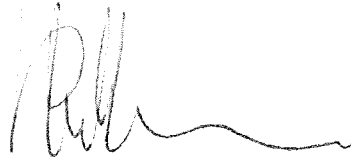
pagina 6 van 7 vraagstukken van opleidingen en het regionale bedrijfsleven met elkaar worden verbonden. De inbedding in de regionale kennisinfrastructuur is verzekerd

Vestiging van de opleiding in 's-Hertogenbosch heeft geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod, gevestigd in Breda, Rotterdam, Den Haag, Diemen en Leeuwarden (toekomstig)

De commissie concludeert dat er enige ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de opleiding tevens in 's-Hertogenbosch te realiseren. De aanvraag voldoet aan criterium b in art. 15 van de Beleidsregel.

Gelet op het vorenstaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs u om positief te besluiten op het voorliggende verzoek.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann
voorzitter

