

**Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap**

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Fontys Hogescholen
t.a.v. het College van Bestuur
Postbus 347
EINDHOVEN

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

Datum 3 april 2020
Betreft Besluit macrodoelmatigheid hbo-bacheloropleiding Creative Business

Onze referentie
23911057

Uw brief van
30 januari 2020

Uw referentie
JZ/2020/16/mh

Bijlagen
1

Geacht college,

Met de brief van 30 januari 2020, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 4 februari 2020, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de hbo-bacheloropleiding Creative Business als bekostigde opleiding te verzorgen in Tilburg.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 9 maart 2020, kenmerk 2020/008, negatief 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 Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs (hierna: Regeling), heb ik besloten niet in te stemmen met uw voornemen om de hbo-bacheloropleiding Creative Business als bekostigde opleiding te verzorgen in Tilburg.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 6.2 van de WHW. Voorts is de Regeling leidraad geweest voor mijn afwegingen.

Motivering

Overeenkomstig het advies van de CDHO concludeer ik dat uw aanvraag niet voldoet aan de criteria a en b van artikel 4, eerste lid, van de Regeling. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het advies van de CDHO.

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, 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'.

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

Onze referentie
23911057

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

F.A. Hofman

Als gevolg van de genomen crisismaatregelen rondom het coronavirus is deze brief niet ondertekend.

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

Postadres
Postbus 85498
2508 CD Den Haag

Bezoekadres
Parkstraat 83
2514 JG Den Haag
T: 070 8505300
W: www.cdho.nl
E: info@cdho.nl

Advies nieuwe opleiding

Onderwerp	Ons Kenmerk	Datum
Nieuwe opleiding Fontys Hogescholen voltijd hbo bachelor Creative Business Tilburg	2020/008	09/03/2020

Geachte mevrouw Van Engelshoven,

Op 04/02/2020 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van Fontys Hogescholen om de hbo bachelor Creative Business als bekostigde opleiding te verzorgen te Tilburg (brief van 30/01/2020 met kenmerk JZ/2020/16/mh). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen.

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hierna volgende adviseert de commissie u om negatief te besluiten op het verzoek van Fontys Hogescholen om de hbo bachelor Creative Business als bekostigde opleiding te Tilburg te verzorgen.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in art. 6.2 van de Wet op het Hoger onderwijs en Wetenschappelijk onderzoek (WHW). Voorts heeft de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018, verder te noemen de Regeling, voor de commissie als leidraad gediend. Het beoordelingskader treft u in de bijlage bij dit advies aan.

Omschrijving van de aanvraag

Aanvrager wil de hbo bachelor Creative Business in Tilburg aanbieden. Het gaat om een Nederlandstalige hbo bachelor in het Croho onderdeel Economie. De opleiding omvat 240 EC en wordt in voltijdvorm aangeboden. De Academy for Creative Industries (ACI) als onderdeel van Fontys Hogescholen biedt op dit moment de hbo bacheloropleidingen Communicatie

en Commerciële Economie aan, inhoudelijk sterk geprofileerd op de creatieve industrie via de differentiatie International Event, Music & Entertainment Studies (hierna ook aangeduid als IEMES). Aanvrager wil de de hbo bacheloropleidingen Communicatie en Commerciële Economie binnen de ACI afbouwen en omzetten naar de voorgenomen hbo bachelor Creative Business. De hbo bacheloropleidingen Communicatie en Commerciële Economie van Fontys Hogescholen op de locaties Eindhoven, Tilburg en Venlo blijven bestaan. Het beoogde curriculum sluit aan bij de bestaande hbo bachelor Creative Business en legt het accent op cross-overs, digitalisering en ondernemerschap. De opleiding is toegankelijk voor scholieren met een havo of vwo diploma en studenten met een diploma op mbo-4 niveau of op Associate degreeniveau in een verwant gebied. Afgestudeerden van de opleiding kunnen volgens aanvrager onder andere aan het werk als artist manager, event director, creative producer, bookings coördinator of publisher manager.

Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie niet aan de criteria a en b in art. 4 lid 1 van de Regeling. De kern van de afwijzing berust op de constatering dat aanvrager niet heeft aangetoond dat de bachelor Creative Business beantwoordt aan een arbeidsmarktbehoefte.

Beoordeling criterium a

Aanvrager stelt dat de hbo bachelor Creative Business aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte verwijst aanvrager naar ROA's database AIS, de spanningsindicator van het UWV, een onderzoek van de Fontys Academy for Creative Industries onder afgestudeerden in de periode 2014-2019, een arbeidsmarktonderzoek uit augustus/september 2019 van Adviesbureau Hobéon en 17 adhesiebetuigingen.

Aanvrager verwijst naar ROA's prognoses voor de opleidingstypes bachelor communicatie en journalistiek, bachelor marketing en public relations en bachelor horeca, vrije tijd en faciliteitsmanagement. De commissie acht binnen ROA's classificatie het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek het meest relevant, omdat ROA de hbo bacheloropleiding Creative Business en de daaraan verwante bachelors Media, Informatie en Communicatie en Media en informatie in dit opleidingstype heeft ondergebracht. ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'matig'. ROA verwacht 'vrijwel geen' knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening in 2024.

Tabel 1. Arbeidsmarktprognose opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte uitbreidingsvraag tot 2024		2500	4	0.7	gemiddeld
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte vervangingsvraag tot 2024		7500	13	2	gemiddeld
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte baanopeningen tot 2024		10000	17	2.7	laag
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2024		16000	27	4.1	hoog
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2024	1.1				vrijwel geen
> > Bachelor - communicatie en journalistiek	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2024	1.1				matig

Bron: ROA, AIS

De commissie acht het opleidingstype bachelor marketing en public relations eveneens relevant, aangezien binnen dit opleidingstype de verwante hbo bacheloropleidingen Commercieel Management en Commerciële Economie zijn opgenomen. ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype eveneens als 'matig'. ROA verwacht 'vrijwel geen' knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening in 2024.

Tabel 2. Arbeidsmarktprognose opleidingstype bachelor marketing en public relations

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte uitbreidingsvraag tot 2024		2200	3	0.5	laag
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte vervangingsvraag tot 2024		4500	7	1.1	erg laag
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte baanopeningen tot 2024		6700	10	1.6	erg laag
> > Bachelor - marketing en public relations	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2024		15500	23	3.5	gemiddeld
> > Bachelor - marketing en public relations	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2024	1.13				vrijwel geen
> > Bachelor - marketing en public relations	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2024	1.13				matig

Bron: ROA, AIS

Ten slotte acht de commissie het opleidingstype bachelor horeca, vrije tijd en faciliteitsmanagement relevant, aangezien binnen dit opleidingstype de verwante hbo bacheloropleidingen Media en Entertainment Management en Leisure & Events Management zijn opgenomen. ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'slecht' en verwacht 'geen' knelpunten in de personeelsvoorziening.

Aanvrager doet binnen het AIS van ROA een beroep op de arbeidsmarktprognoses voor de beroepsgroepen 'adviseurs marketing, public relations en sales', 'managers verkoop en marketing' en 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening'. ROA verwacht voor de eerste beroepsgroep vrijwel geen knelpunten in de personeelsvoorziening en voor de laatste twee beroepsgroepen grote knelpunten. De commissie overweegt dat binnen ROA's prognoses per opleidingstype zowel verwachte vacatureaantallen worden opgenomen als de uitstroomcijfers van afgestudeerden. Zodoende wordt inzichtelijk gemaakt wat de verhouding is tussen werkzoekenden en baanopeningen, waardoor een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van een bepaald opleidingstype kan worden vastgesteld. In ROA's prognoses per beroepsgroep is slechts het aantal verwachte vacatures opgenomen, zonder dat dit wordt afgezet tegen de uitstroom uit opleidingen of het gevraagde opleidingsniveau. Om die reden kent de commissie in algemeenheid het meeste gewicht toe aan relevante opleidingstypen in ROA's database AIS.

De commissie concludeert dat het ROA geen positief beeld geeft van de landelijke arbeidsmarkt voor afgestudeerden van de opleidingen die verwant zijn aan de voorgenomen hbo bachelor Creative Business. Het betoog van aanvrager dat voornoemde opleidingstypen aanzienlijk breder zijn dan de voorgenomen opleiding, maakt niet dat de door de commissie relevant geachte opleidingstypen niet verwant zijn. Daarbij wijst de commissie erop dat het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek direct verwant is aan de voorgenomen opleiding omdat ROA de hbo bacheloropleiding Creative Business in dit opleidingstype heeft geschaard. Het betoog dat een deel van de afgestudeerden zelf werkgelegenheid creëert acht de commissie aannemelijk, echter dit maakt niet dat er niet of minder gewicht kan worden toegekend aan de negatieve arbeidsmarktprognoses van het ROA. De voorgenomen opleiding is immers niet volledig gericht op

het opleiden van studenten tot zelfstandige beroepsbeoefenaars.

Aanvrager doet ter onderbouwing van een landelijke arbeidsmarktbehoefte verder een beroep op de spanningsindicatoren voor het tweede kwartaal van 2017, 2018 en 2019 van het UWV (www.arbeidsmarkt cijfers.nl) voor de beroepsgroepen 'managers verkoop en marketing', 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening' en 'adviseurs marketing, public relations en sales'. Het UWV typeert de landelijke arbeidsmarkt voor de beroepsgroepen 'adviseurs marketing, public relations en sales' en 'managers verkoop en marketing' voor het tweede kwartaal van 2017 en het tweede kwartaal 2019 als gemiddeld en voor het tweede kwartaal 2018 als krap respectievelijk ruim. Het UWV typeerde de arbeidsmarkt voor 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening' voor het tweede kwartaal van 2017 als ruim en voor het tweede kwartaal van 2018 en 2019 als gemiddeld. De spanning op de arbeidsmarkt is blijkens de spanningsindicatoren voor alle drie de beroepsgroepen in het tweede kwartaal van 2019 niet toegenomen ten opzicht van het tweede kwartaal van 2017. De spanning voor de beroepsgroepen 'managers verkoop en marketing', 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening' en 'adviseurs marketing, public relations en sales' was in het tweede kwartaal van 2019 niet hoger dan het gemiddelde van alle beroepen. Er is dan ook geen sprake van een trend die wijst op een krappe arbeidsmarkt. De commissie is dan ook van oordeel dat de spanningsindicatoren van het UWV geen positieve indicaties geven van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden van de voorgenomen hbo bachelor Creative Business.

Aanvrager betoogt voorts dat de voorgenomen opleiding reeds in de vorm van de huidige afstudeerrichtingen IEMES tegemoetkomt aan de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte van het werkveld aan afgestudeerden met het competentieprofiel Creative Business. Aanvrager verwijst daartoe onder meer naar een onderzoek van de Academy for Creative Industries dat via LinkedIn is gehouden onder afgestudeerden in de periode 2014-2019 (bijlage 4 bij het aanvraagdossier). Aanvrager beschrijft dat 69% van de afgestudeerden van de huidige bacheloropleidingen Communicatie en Commerciële Economie in de periode 2014-2019 een baan heeft gevonden in het vakgebied waarin zij zijn opgeleid dan wel werkzaam is als zelfstandige. De commissie merkt op dat aanvrager enkel een tabel met resultaten van het onderzoek bij het dossier heeft gevoegd en niet inzichtelijk heeft gemaakt hoe het onderzoek is uitgevoerd. De commissie kan gelet hierop geen gewicht toekennen aan de uitkomsten van dat onderzoek.

Aanvrager betoogt vervolgens dat recent onderzoek van Media Perspectives over de periode 2008-2018 laat zien dat het aantal banen in de creatieve industrie in de periode 2015-2018 tweemaal zo hard is gegroeid als in de totale economie (33.100 banen ofwel 3,4% versus 1,7% totale economie). Daarnaast blijkt uit dit onderzoek dat de schaalverkleining zich doorzet in de sector. Het aantal banen per vestiging in de creatieve industrie is in tien jaar tijd gedaald van (afgerond) 3 naar 2, terwijl dat in de totale economie is gedaald van (afgerond) 7 naar 5. Dit patroon onderstreept volgens aanvrager het belang van de oriëntatie op ondernemerschap als een van de drie themagebieden binnen de bestaande hbo bacheloropleidingen Communicatie/ IEMES en en Commerciële Economie/ IEMES. De commissie is van oordeel dat deze bron geen blijk geeft van een concrete arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van deze opleiding.

Aanvrager heeft voorts Hobéon een kwalitatief en een kwantitatief arbeidsmarktonderzoek laten uitvoeren onder 171 personen. 80 van deze 171 personen hebben de enquête ingevuld. 80% van de organisaties heeft enige (61%) tot grote (19%) behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding. De concrete behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding wordt door de respondenten geschat op 102 tot 155. De commissie merkt op dat uit het onderzoek niet blijkt bij wat voor organisaties de respondenten werkzaam zijn. De onderverdeling naar niet gedefinieerde sectoren (creatieve sector, culturele sector, entertainment, marketing, communicatie, media en overig) en naar type organisatie (bedrijf, eenmanszaak, semi-overheid, overheid en non-profit organisatie) is zo globaal dat niet navolgbaar is welke organisaties zijn benaderd. Verder bekleedt een (niet gespecificeerd) deel van de respondenten functies waarin zij

geen invloed uitoefenen op het personeelsbeleid (zoals accountmanager en projectmanager). Bovendien is de vragenlijst van de enquête niet bijgevoegd en is niet duidelijk of de respondenten een indicatie geven van het aantal baanopeningen per jaar of voor een langere periode (p. 14). Gelet op het voorgaande acht de commissie dit onderzoek niet valide en navolgbaar en heeft de commissie de uitkomsten van dit onderzoek niet bij de beoordeling betrokken.

Aanvrager doet ter onderbouwing van een regionale arbeidsmarktbehoefte een beroep op de spanningsindicatoren voor het tweede kwartaal van 2017, 2018 en 2019 van het UWV (www.arbeidsmarkt cijfers.nl) voor de beroepsgroepen 'managers verkoop en marketing', 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening' en 'adviseurs marketing, public relations en sales' in de regio's West-Brabant, Midden-Brabant, Noordoost Brabant, Zuidoost Brabant, Limburg, Rivierenland, Gorinchem en Drechtsteden. Het UWV typeerde de spanningsindicator voor de beroepsgroep 'adviseurs marketing, public relations en sales' voor het tweede kwartaal van 2018 en voor het tweede kwartaal van 2019 als 'krap'. De commissie heeft ook de meest recente spanningsindicator over het derde kwartaal van 2019 geraadpleegd. Het UWV typeerde de arbeidsmarkt voor deze beroepsgroep nog steeds als 'krap' met een spanning van 1,53. De commissie constateert dat de regionale arbeidsmarkt voor de beroepsgroep 'adviseurs marketing, public relations en sales' gunstig is. Het UWV typeerde de arbeidsmarkt voor de beroepsgroep 'managers verkoop en marketing' en 'managers commerciële en persoonlijke dienstverlening' voor het tweede kwartaal van 2018 als krap respectievelijk gemiddeld en voor het tweede kwartaal van 2019 als gemiddeld. De commissie is dan ook van oordeel dat alleen de spanningsindicator voor de beroepsgroep 'adviseurs marketing, public relations en sales' enige indicatie biedt van een behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding. De overige spanningsindicatoren van het UWV leveren geen positieve indicatie van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden van de voorgenomen hbo bachelor Creative Business.

Ten slotte heeft aanvrager 17 adhesiebetuigingen (waarvan 14 ondertekend) vanuit het werkveld overgelegd. Uit de adhesieverklaringen, die nagenoeg identiek zijn, komt naar voren dat de geraadpleegde werkgevers verwachten de komende jaren in totaal circa 120 studenten willen aannemen met expertise op het gebied van Creative Business. Één werkgever verwacht de komende jaren 50 afgestudeerden aan te willen nemen. De commissie acht een behoefteraming van 50, mede gelet op de behoefteramingen van de overige werkgevers, aan de ruime kant. De commissie merkt voorts op dat het hierbij niet gaat om harde toezeggingen, maar deze adhesieverklaringen wel een indicatie geven van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen hbo bachelor Creative Business.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat aanvrager niet heeft aangetoond dat de hbo bachelor Creative Business aansluit op een arbeidsmarktbehoefte. De positieve indicaties die blijken uit de regionale spanningsindicator voor de beroepsgroep 'adviseurs marketing, public relations en sales' en de adhesiebetuigingen zijn onvoldoende om te kunnen concluderen dat er vraag is naar afgestudeerden van de hbo bachelor Creative Business.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Aanvrager onderbouwt de maatschappelijke behoefte onder andere aan de hand van de 'Grand Societal Challenges' van de Europese Commissie en de 'Sustainable Development Goals' van de Verenigde Naties, de Nationale Wetenschapsagenda (www.wetenschapsagenda.nl), de 'Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2018-2021', de agenda van het TopTeam ICT (www.dutchdigitaldelta.nl), het rapport 'The future of jobs report 2018' van het World Economic Forum (september 2018), alsmede het rapport '2018 Media and Entertainment Industry Outlook: Reaching new heights through personalization and mobility' van Deloitte. Aanvrager heeft voorts een beroep gedaan op het Zevende en Negende Kaderprogramma van de Europese Unie. Omdat aanvrager niet heeft verwezen naar concrete onderzoeksresultaten uit deze laatste kaderprogramma's heeft de commissie deze bronnen niet kunnen betrekken bij de beoordeling van de aanvraag.

Aanvrager stelt dat termen als creativiteit en innovatie voor het onderwijs en onderzoek steeds meer leidend worden. Aanvrager verwijst daartoe naar de 'Grand Societal Challenges' van de Europese Commissie en de 'Sustainable Development Goals' van de Verenigde Naties. De commissie overweegt dat aanvrager niet concreet heeft gemotiveerd welke door de Europese Commissie en de Verenigde Naties geformuleerde speerpunten/ doelstellingen het betreft en op welke wijze deze aansluiten op de voorgenomen hbo bachelor Creative Business.

Aanvrager doet een beroep op de route 'Kunst: onderzoek en innovatie in de 21e eeuw' binnen de Nationale Wetenschapsagenda. Volgens aanvrager onderstreept deze route het belang van de creatieve industrie (en van digitalisering). De commissie stelt vast dat binnen de route 'Kunst: onderzoek en innovatie in de 21e eeuw' de kunsten belangrijke vragen stellen over de betekenis en impact van maatschappelijke ontwikkelingen en nieuwe technologieën. De commissie constateert dat deze route ziet op (uitvoerende) kunsten en de voorgenomen opleiding daarentegen is toegespitst op media en entertainment. Aanvrager doet voorts een beroep op de route "Waardecreatie door verantwoorde toegang tot en gebruik van big data". De commissie is van oordeel dat aanvrager het verband tussen deze route en de voorgenomen opleiding onvoldoende heeft geconcretiseerd.

Het belang van de creatieve sector komt volgens aanvrager evenzeer tot uitdrukking in de 'Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2018-2021', alsmede de agenda van het TopTeam ICT (www.dutchdigitaldelta.nl). De enkele algemene verwijzing naar deze website en de 'Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie' behelst geen afdoende motivering van het bestaan van een maatschappelijke behoefte aan de voorgenomen opleiding.

Aanvrager stelt voorts onder verwijzing naar 'The future of jobs report' van het World Economic Forum (p. 7) dat de verdergaande digitalisering, het gebruik van nieuwe technologieën en de groei in gebruik van kunstmatige intelligentie (gevoed door steeds grotere hoeveelheden data) genoemd wordt als belangrijke drivers van veranderingen en behoeften op de arbeidsmarkt. De commissie is van oordeel dat hieruit geen maatschappelijke behoefte volgt in de zin van de Regeling.

Aanvrager stelt voorts dat in het rapport '2018 Media and Entertainment Industry Outlook: Reaching new heights through personalization and mobility' van Deloitte grote ontwikkelingen worden geschetst voor de komende jaren, die tevens een groei impliceren voor nieuwe banen in de media- en entertainmentindustrie: "Increasingly, we are witnessing a mass customization of experience across all content, advertising, and brands. A challenge for media companies is figuring out how to create an experience that each consumer feels is tailored specifically for her or him." De commissie is van oordeel dat dit rapport geen bron is waaruit een maatschappelijke behoefte in de zin van de Regeling kan worden afgeleid.

De commissie is van mening dat aanvrager niet heeft aangetoond dat de hbo bachelor Creative Business aansluit op een maatschappelijke behoefte.

De commissie concludeert dat aanvrager niet heeft aangetoond dat de hbo bachelor Creative Business aansluit op een arbeidsmarktbehoefte, noch op een maatschappelijke behoefte. De aanvraag voldoet niet aan criterium a in art 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium b

Vanaf 04/02/2020 is op de website van de CDHO kennis gegeven van het voornemen van Fontys Hogescholen om de hbo bachelor Creative Business in Tilburg aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. Er zijn geen zienswijzen ingediend.

Aanvrager heeft de voorgenomen opleiding vergeleken met de gelijknamige bestaande bachelor Creative Business van Breda University of Applied Science (Breda), Hogeschool Utrecht (Utrecht) en Hogeschool Inholland (Rotterdam, Haarlem en Den Haag). Volgens aanvrager verschilt de

voorgenomen opleiding van de gelijknamige opleidingen van de andere instellingen doordat er andere accenten gelegd worden en andere focusgebieden zijn gekozen. Ondanks de accentverschillen concludeert de commissie dat de voorgenomen opleiding inhoudelijk sterk overeenkomt met de bestaande gelijknamige bachelors Creative Business van BUAS (Breda), de Hogeschool Utrecht (Utrecht), de Hogeschool Inholland (Rotterdam, Haarlem en Den Haag) en ook van Saxion Hogeschool (Enschede), de Hogeschool van Amsterdam (Amsterdam) en NHL Stenden Hogeschool (Leeuwarden).

Aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in direct verwante bekostigde opleidingen op basis van gegevens afkomstig van de kennisbank van de Vereniging Hogescholen. De commissie heeft de cijfers geverifieerd (zie tabel 3). De commissie acht de hbo bacheloropleidingen Media, Informatie en Communicatie, Media en Entertainment Management en Leisure & Events Management eveneens verwant, gelet op de toelatingsvoorwaarden en de beroepsgroepen waartoe zij opleiden. De instroom in het verwante bekostigde onderwijsaanbod is de afgelopen jaren gegroeid.

Tabel 3. Instroom in verwante opleidingen

Opleiding	Instelling	'14-'15	'15-'16	'16-'17	'17-'18	'18-'19
B Commerciële Economie (34402)	Avans Hogeschool (07GR)	655	573	480	561	542
	Christelijke Hogeschool Windesheim (01VU)	272	232	269	291	318
	De Haagse Hogeschool (27UM)	310	264	192	227	195
	Fontys Hogescholen (30GB)	1100	950	1017	979	994
	Hanzehogeschool Groningen (25BE)	326	327	341	395	393
	Hogeschool Leiden (21RI)	146	169	180	187	281
	Hogeschool Rotterdam (22OJ)	574	568	610	743	855
	Hogeschool Utrecht (25DW)	330	321	315	368	366
	Hogeschool van Amsterdam (28DN)	840	754	922	966	875
	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB)	360	315	349	306	325
	Hogeschool Zeeland (21MI)	49	69	54	45	47
	Hogeschool Zuyd (25JX)	0	-	-	-	141
	NHL (21WN)	94	74	51	63	
	NHL Stenden Hogeschool (31FR)					129
	Saxion Hogeschool (23AH)	487	448	445	403	524
	Stenden Hogeschool (22EX)	60	70	47	41	
B Communicatie (34405)	Avans Hogeschool (07GR)	146	87	84	142	116
	Christelijke Hogeschool Ede (25BA)	61	53	65	71	83
	Christelijke Hogeschool Windesheim (01VU)	149	121	140	150	143
	De Haagse Hogeschool (27UM)	205	171	194	183	157
	Fontys Hogescholen (30GB)	819	684	723	674	590
	Hanzehogeschool Groningen (25BE)	311	227	271	332	337
	Hogeschool Leiden (21RI)	126	133	124	136	122
	Hogeschool Rotterdam (22OJ)	193	176	187	194	197
	Hogeschool Utrecht (25DW)	197	256	219	278	218
	Hogeschool van Amsterdam (28DN)	235	217	282	286	214
	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB)	275	270	264	313	281
	Hogeschool Zeeland (21MI)	38	32	29	25	33
	Inholland (27PZ)	402	278	149	151	138
NHL (21WN)	116	76	65	80		
NHL Stenden Hogeschool (31FR)					78	
B Creative Business (35516)	Hogeschool Utrecht (25DW)					374

	Hogeschool van Amsterdam (28DN)						999
	Inholland (27PZ)						725
	NHL Stenden Hogeschool (31FR)						174
	NHTV Breda (21UI)						179
	Saxion Hogeschool (23AH)						263
B Media, Informatie en Communicatie (34105)	Hogeschool van Amsterdam (28DN)	591	524	652	678	7	
	Saxion Hogeschool (23AH)	146	186	180	159	0	
B Media en Entertainment Management (34952)	Inholland (27PZ)	481	459	666	741	0	
	NHL Stenden Hogeschool (31FR)						36
	NHTV Breda (21UI)	193	205	205	195	0	
	Stenden Hogeschool (22EX)	261	221	177	169		
B Communication and Multimedia Design (34092)	Avans Hogeschool (07GR)	306	207	314	387	409	
	De Haagse Hogeschool (27UM)	201	173	178	201	242	
	Hanzehogeschool Groningen (25BE)		316	382	432	392	
	Hogeschool Rotterdam (22OJ)	184	165	164	195	164	
	Hogeschool Utrecht (25DW)	215	214	260	175	341	
	Hogeschool van Amsterdam (28DN)	425	309	452	493	402	
	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB)	333	268	314	314	254	
	Hogeschool Zuyd (25JX)	86	95	112	120	99	
	NHL (21WN)	213	186	134	153		
	NHL Stenden Hogeschool (31FR)						184
B Leisure & Events Management (35521)	Hogeschool Rotterdam (22OJ)						208
	Inholland (27PZ)						139
	NHL Stenden Hogeschool (31FR)						188
	NHTV Breda (21UI)						279
Eerstejaarsinstroom	Totaal	12511	11443	12258	13002	14750	

Bron: DUO, bewerking ABF

Aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond de huidige instroom in de hbo bacheloropleidingen Communicatie en Commerciële Economie. Aanvrager verwacht dat jaarlijks 200 studenten zullen instromen. De commissie acht deze prognose realistisch.

De commissie heeft bij criterium a geconstateerd dat aanvrager niet heeft aangetoond dat de hbo bachelor Creative Business aansluit op een arbeidsmarktbehoefte noch op een maatschappelijke behoefte. Derhalve heeft aanvrager evenmin aangetoond dat er ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven.

Vestiging van de opleiding in Tilburg heeft geen effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod. Daartoe acht de commissie van belang dat aanvrager voornemens is om de bestaande hbo bacheloropleidingen Communicatie en Commerciële Economie binnen de Academy for Creative Industries als onderdeel van Fontys Hogescholen af te bouwen indien de onderhavige opleiding wordt goedgekeurd.

De commissie concludeert dat er geen ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de hbo bachelor Creative Business te realiseren. De aanvraag voldoet niet aan criterium b in art. 4 lid 1 van de Regeling.

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

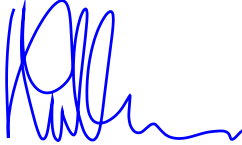
Advies aan de NVAO over de naam- en taalkeuze en Croho indeling

De commissie heeft geconstateerd dat de voorgestelde naam van de opleiding passend is gelet op de namen van verwante opleidingen.

Bovendien heeft de commissie geconstateerd dat aanvrager de hbo bachelor Creative Business in het Croho onderdeel Economie wil indelen. Dit voorstel sluit aan op de indeling van verwante bestaande opleidingen.

De NVAO ontvangt dit advies, zodat zij dit kan opnemen in het informatiedossier voor het panel ten behoeve van de toets nieuwe opleiding.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P.M.M. Rullmann', written in a cursive style.

drs. P.M.M. Rullmann
Voorzitter CDHO

Bijlage:

Beoordelingskader macrodoelmatigheid nieuwe opleiding of nevenvestiging

Aan de hand van de in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018 genoemde voorwaarden worden voornemens tot het verzorgen van een nieuwe opleiding beoordeeld op doelmatigheid. Een nieuwe opleiding kan volgens artikel 4 van deze Regeling alleen doelmatig worden geacht indien het voornemen voldoet aan de criteria a en b.

Volgens criterium a heeft het instellingsbestuur aangetoond dat er behoefte bestaat aan de nieuwe opleiding of nevenvestiging, zijnde overwegend een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend maatschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend wetenschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte.

Volgens criterium b dient het instellingsbestuur aan te tonen dat in de behoefte die bij criterium a is aangetoond niet door het bestaande opleidingsaanbod wordt voorzien.

Advies aan de NVAO over naam- en taalkeuze en Croho onderdeel

In de Toelichting op de Regeling is aangegeven dat de CDHO ook een rol heeft bij de beoordeling van de voorgestelde naam en voertaal van de opleiding en bij de voorgestelde positionering in het Croho.

Wat betreft de opleidingsnaam: de CDHO kijkt of de voorgestelde naam van de opleiding passend is, gelet op de namen van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen dezelfde naam krijgen, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekezers en werkgevers te borgen. In het Croho kan ook een internationale (Engelse) naam worden geregistreerd. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de naamkeuze gerechtvaardigd is gelet op de inhoud van de opleiding en de namen van vergelijkbare opleidingen (artikel 5.7, vierde lid, onderdeel a, van de WHW).

Wat betreft de taalkeuze: het uitgangspunt in de wet is dat een opleiding in het Nederlands wordt aangeboden. De arbeidsmarktbehoefte kan een reden zijn om een opleiding in een andere taal aan te bieden. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst de motivering van de taalkeuze bij Standaard 2 in het Accreditatiekader.

Wat betreft de positie in het Croho: de CDHO kijkt of de voorgestelde indeling in het Croho passend is, gelet op de indeling van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen in hetzelfde Croho onderdeel worden geregistreerd, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekezers en werkgevers te borgen. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de voorgestelde indeling in het Croho aansluit bij de ordening van verwante opleidingen.