



Ontvangen: 22-12-2022

2022/089--

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

NHL Stenden Hogeschool
T.a.v. het College van Bestuur
Postbus 1080
8900 CB LEEUWAARDEN

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

Onze referentie
35260670

Bijlagen
1

Datum 22 december 2022
Betreft Besluit macrodoelmatigheid nevenvestiging associate degree Online
Contentcreator

*Als u belang hebt bij dit besluit,
dan kunt u hiertegen binnen 6
weken, gerekend vanaf de
verzenddatum, bezwaar maken.
Stuur uw bezwaarschrift naar
DUO, Postbus 30205, 2500 GE
Den Haag. U kunt uw bezwaar
ook digitaal indienen op
www.bezwaarschriftenocw.nl.*

Geacht bestuur,

Met uw brief van 31 oktober 2022, door de Commissie Doelmatigheid Hoger
Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 4 november 2022, hebt u mij het
voornemen voorgelegd om de associate degree-opleiding Online Contentcreator
tevens als bekostigde opleiding te verzorgen in Emmen.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 12 december 2022, kenmerk 2022/089, 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 associate degree-opleiding Online
Contentcreator tevens als bekostigde opleiding te verzorgen in Emmen.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 7.17 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.

Onze referentie
35260670

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,
namens deze,
de directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. de Minister
Dhr. dr. R.H. Dijkgraaf
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

<i>Onderwerp</i>	<i>Ons Kenmerk</i>	<i>Datum</i>
Nevenvestiging NHL Stenden Hogeschool Voltijd hbo Associate degree Online Contentcreator Emmen	2022/089	12/12/2022

Geachte heer Dijkgraaf,

Op 04/11/2022 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van NHL Stenden Hogeschool om de hbo Associate degree Online Contentcreator tevens als bekostigde opleiding te verzorgen te Emmen (brief van 31/10/2022 met kenmerk 22/1150). 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 hiernavolgende adviseert de commissie u om negatief te besluiten op het verzoek van NHL Stenden Hogeschool om de hbo Associate degree Online Contentcreator als bekostigde opleiding te Emmen 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

De aanvrager biedt de hbo Associate degree (hierna ook: Ad) Online Contentcreator in Leeuwarden aan en verzoekt om deze opleiding tevens in Emmen te mogen aanbieden. Het betreft een Nederlandstalige hbo Associate degree in het Croho onderdeel Economie. De voorgenomen opleiding omvat 120 studiepunten en zal in voltijdvorm worden aangeboden. De Ad Online Contentcreator leidt studenten op die content creëren, distribueren en rapporteren in beeld, geluid en tekst voor online platforms en -campagnes.

Het onderwijs is gebaseerd op de visie van Design Based Education (DBE), een leeromgeving waarbij studenten, docenten en het werkveld samen het onderwijs vormgeven. De opleiding bestaat uit vakken op het gebied van tekstuele vaardigheid (wervend schrijven, journalistiek schrijven, schrijven voor online media), webvormgeving (Photoshop, fotografie, film, grafisch, Wordpress), marketing, storytelling, psychologie en enige technische vakken ter ondersteuning. De opleiding is toegankelijk voor studenten met een mbo 4-, havo- of vwo-diploma. Afgestudeerden van de opleiding kunnen doorstromen naar de hbo bacheloropleiding Communicatie of direct de arbeidsmarkt betreden in functies zoals communicatiemedewerker, content- & communicatiespecialist, contentmarketeer, content-ontwikkelaar, content-vormgever, junior communicatieadviseur, online redacteur/ copywriter, pr-medewerker, social creative, social media medewerker, videomaker, webcaremedewerker en social media redacteur.

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 de aanvrager niet heeft aangetoond dat er een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding bestaat.

Beoordeling criterium a

Aanvrager stelt dat de hbo Associate degree Online Contentcreator aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Online Contentcreator verwijst de aanvrager naar de prognoses voor opleidingstypen en beroepsgroepen zoals deze zijn opgenomen in het AIS van het ROA, de Spanningsindicator van het UWV (www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator), een arbeidsmarktonderzoek uitgevoerd door Hobéon 'Rapportage Arbeidsmarktonderzoek Associate degree-opleiding online content creator' (2021), een vacature-analyse uitgevoerd door Dialogic Innovatie & Interactie (periode 2016-2021) en het 'World Report 2021' van the International Communications Consultancy Organisation (2020).

De aanvrager acht binnen ROA's classificatie het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek relevant voor de aangevraagde hbo Ad Online Contentcreator. De commissie is met de aanvrager van mening dat het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek het meest relevant is, aangezien binnen dit opleidingstype de reeds bestaande Ad Online Contentcreator is opgenomen, alsmede de verwante Ad's Communicatie en Crossmediale Communicatie. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van opleidingen in dit opleidingstype als redelijk en verwacht enige knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening tot 2026 (zie Tabel 1).

Tabel 1. Arbeidsmarktprognoses opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		4100	7	1.1	gemiddeld
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte vervangingsvraag tot 2026		12400	20	3.1	gemiddeld
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte baanopeningen tot 2026		16400	27	4.1	gemiddeld
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026		15700	26	3.9	hoog
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2026	1.02				enige
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.01				redelijk

Bron: ROA, AIS

De commissie is tevens van mening dat het opleidingstype bachelor marketing en public relations enigszins relevant is, aangezien het ROA binnen dit opleidingstype de aanverwante Ad's Online Marketing en Sales en Marketing Management heeft ondergebracht. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als matig en verwacht vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening tot 2026 (zie Tabel 2).

Tabel 2. Arbeidsmarktprognoses 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 2026		4800	6	1	gemiddeld
>> Bachelor - marketing en public relations	verwachte vervangingsvraag tot 2026		5600	7	1.2	laag
>> Bachelor - marketing en public relations	verwachte baanopeningen tot 2026		10500	14	2.1	laag
>> Bachelor - marketing en public relations	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026		16100	21	3.2	gemiddeld
>> Bachelor - marketing en public relations	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2026	1.09				vrijwel geen
>> Bachelor - marketing en public relations	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.09				matig

Bron: ROA, AIS

De aanvrager doet tevens een beroep op ROA's prognoses voor de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales. De commissie kent in beginsel meer gewicht toe aan de prognoses voor opleidingstypen omdat daarin de uitstroom uit een cluster verwante opleidingen wordt gerelateerd aan verwachte baanopeningen voor dit type afgestudeerden. De commissie is met de aanvrager van mening dat in ROA's indeling de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales relevant is aangezien afgestudeerden in aanmerking komen voor het merendeel van de beroepen die in deze beroepsgroep zijn opgenomen (specialisten marketing, sales en public relations, specialisten reclame en marketing, specialisten public relations). Het ROA verwacht voor deze beroepsgroep grote knelpunten tot 2026 (zie Tabel 3).

Tabel 3. Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		15200	9	1.4	hoog
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte vervangingsvraag tot 2026		8200	5	0.8	erg laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte baanopeningen tot 2026		23400	14	2.2	laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.875				groot

Bron: ROA, AIS

De commissie constateert dat de relevante opleidingstypen en de relevante beroepsgroep geen eenduidig beeld bieden van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden, aangezien de typering voor de opleidingstypen een overwegend negatief beeld opleveren van de toekomstige arbeidsmarktbehoefte terwijl die voor de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales juist een positief beeld oplevert.

De aanvrager verwijst voorts naar de Spanningsindicator van het UWV (www.werk.nl) en stelt dat de arbeidsmarkt in het tweede kwartaal van 2021 krap is voor de meest relevante beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales. De commissie merkt op dat de arbeidsmarkt begin 2020 is gekrompen als gevolg van de coronacrisis en dat deze krimp vervolgens is omgeslagen naar een (zeer) grote krapte op de arbeidsmarkt die zichtbaar is bij alle beroepsgroepen en alle sectoren. Het feit dat de arbeidsmarktspanning bij beroepsgroepen waar studenten binnen de voorgenomen opleiding voor worden opgeleid als zeer krap wordt getypeerd is daarom niet onderscheidend. De commissie kent daarom minder gewicht toe aan deze bron en stelt vast dat zij een (zeer) kleine positieve indicatie geeft van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

De aanvrager heeft adviesbureau Hobéon opdracht gegeven om een arbeidsmarktonderzoek uit te voeren ter bepaling van de regionale arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding. De resultaten van het onderzoek zijn weergegeven in de 'Rapportage Arbeidsmarktonderzoek Associate degree-opleiding online content creator' (2021). Het arbeidsmarktonderzoek bestaat uit twee groepsgesprekken met vertegenwoordigers van het werkveld (d.d. 23/09/2021). De benaderde organisaties zijn als relevant te omschrijven, waarbij dient te worden opgemerkt dat aan het eerste gesprek een vertegenwoordiger van NHL Stenden Hogeschool heeft deelgenomen (deze heeft geen uitspraken gedaan over de arbeidsmarktbehoefte) en dat een aantal organisaties uit een gering aantal medewerkers bestaat. De aanvrager geeft aan dat in totaal twintig respondenten hebben deelgenomen aan de groepsgesprekken. Elf werkveldvertegenwoordigers hebben aan het eerste gesprek deelgenomen en negen andere werkveldvertegenwoordigers hebben aan het tweede groepsgesprek deelgenomen. Aanvullend zijn er nog twee interviews gehouden met twee werkveldpartijen die niet aanwezig konden zijn bij de werkveldsessies. De namen van de organisaties alsmede de namen en functies van de respondenten zijn in het onderzoek opgenomen. Alle geïnterviewde personen zijn op basis van hun functie (leidinggevend en/of op het gebied van marketing en communicatie) in staat gezaghebbende uitspraken over een eventuele behoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad te doen. De resultaten en gespreksverslagen zijn aan het onderzoek toegevoegd en te herleiden tot de individuele respondenten. Uit de gesprekken volgt onder meer dat de deelnemers schrijfvaardigheid een belangrijk onderdeel van de opleiding achten. Het werkveld merkt op dat veel vraag bestaat naar

afgestudeerden met een goede schrijfvaardigheid en analytisch inzicht. De respondenten zoeken daarnaast een goede balans tussen technische en creatieve vakken in het curriculum. Door de deelnemers zijn o.a. de volgende rollen voor de Ad'er Online Contentcreator aangestipt: online copywriter, contentmarketeer, social creative, videomaker, webcaremedewerker en social media redacteur. Afgestudeerden zouden volgens de gespreksdeelnemers zowel bij bureaus die door organisaties worden ingehuurd als bij deze organisaties zelf in dienst kunnen komen. De respondenten geven daarbij aan dat de regio Drenthe een echte MKB-regio is. Deze organisaties zijn vaak te klein om een specialist aan te kunnen nemen. De vraag zal dan ook vooral komen vanuit bedrijven die gespecialiseerd zijn en ingehuurd worden door andere organisaties. Geen van de gesprekspartners heeft ervaring met afgestudeerden van de bestaande opleiding in Leeuwarden. Uit de gesprekken blijkt dat de respondenten een toegevoegde waarde zien in afgestudeerden van de Ad Online Contentcreator. De behoefte van de organisaties is op korte termijn 12,5 tot 15,5 fte aan nieuwe medewerkers. De aanvrager heeft geen nadere tijdsaanduiding gegeven. Het is niet duidelijk wat de aanvrager met 'korte termijn' bedoelt. Op de middellange termijn zal deze behoefte stijgen naar 31,5 tot 34,5 fte aan nieuwe medewerkers. Ook hier geeft de aanvrager geen omschrijving van wat met middellange termijn bedoeld wordt. Daarnaast bestaat een opscholingsbehoefte van 4 zittende medewerkers op de korte termijn en 6 op de middellange termijn. De commissie acht het onderzoek in de vorm van werkveldsessies valide en navolgbaar en is van mening dat het onderzoek voldoende relevant is om tot uitspraken over de behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding bij deze werkgevers te komen. Om deze reden concludeert de commissie dat de gesprekken met werkgevers blijken geven van een geringe arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen hbo Ad Online Contentcreator.

De aanvrager heeft verder aan onderzoeksbureau Dialogic Innovatie & Interactie gevraagd om een vacature-analyse uit te voeren. Er is daarbij gewerkt met een dataset van Jobdigger aan de hand van een lijst met relevante beroepen die in overleg met de aanvrager is opgesteld. De lijst met relevante beroepen is als bijlage bij het onderzoek toegevoegd. De commissie constateert dat de beroepen in de lijst inderdaad relevant zijn, met uitzondering van het beroep fotograaf. De gekozen afbakening heeft uiteindelijk een dataset opgeleverd van meer dan 100.000 vacatures over de periode 2016-2021. Uit een eerste analyse is naar voren gekomen dat er in 2021 een zeer grote stijging heeft plaatsgevonden van het aantal vacatures. Dialogic heeft daarbij geconstateerd dat de meegeleverde vacatures over het jaar 2021 ook internationale vacatures omvatten. Deze internationale vacatures (circa 1.000) zijn uit de dataset verwijderd. Dialogic geeft daarnaast aan dat vacatures uitgezet door intermediairs en uitzendbureaus niet zijn meegenomen in de analyse om dubbeltellingen te voorkomen, maar dit leidt volgens het bureau mogelijk tot een onderschatting van het aantal vacatures. Aangezien de lijst met beroepen breed is opgesteld is er tevens voor gekozen om specifiek te zoeken naar vacaturedata aan de hand van relevante zoektermen samenhangend met de opleiding online content creator. Binnen de totale set aan vacatures is gekeken of er minimaal één relevant woord terugkwam in de vacaturetekst. Dit leverde uiteindelijk een set op van ca. 16.000 vacatures. De lijst met relevante zoektermen gericht op online content creation is eveneens als bijlage aan het onderzoek toegevoegd. Uit de vacature-analyse komt naar voor dat er binnen de brede set aan vacatures jaarlijks meer dan 15.000 vacatures zijn in heel Nederland. Voor de regio Noord-Nederland gaat het daarbij om ca. 1.000 vacatures per jaar, terwijl het voor de provincie Drenthe gaat om ca. 200 vacatures op jaarbasis. De commissie constateert dat uit de vacatureanalyse volgt dat bij ca. 53% van de vacatures een hbo-opleidingsniveau gevraagd wordt, hetzij alleen een hbo-opleidingsniveau, hetzij een mbo/hbo- of hbo/wo-opleidingsniveau. Binnen de vacatures waarin om een hbo-opleiding wordt gevraagd wordt er in 35% van de gevallen naast een hbo-niveau ook gevraagd om een ander opleidingsniveau (veelal wo). Dit houdt in dat op basis van het vacatureonderzoek niet kan worden vastgesteld hoeveel vacatures nu precies geschikt zijn voor afgestudeerden van de beoogde Ad Online Contentcreator. Dialogic constateert verder dat in alle drie de regio's sprake is van een forse groei van het aantal vacatures: niet alleen ten opzichte van coronajaar 2020, maar ook ten

opzichte van 2019. Als er vervolgens wordt ingezoomd op de vacatures met een focus op online content creation blijkt dat er in alle drie de regio's sprake is van een veel sterkere procentuele groei dan bij de totale set aan vacatures. Het aandeel van online content creation gerelateerde vacatures bedroeg in 2016 nog 9% (heel Nederland) en 7% (Drenthe) en in 2021 is dit aantal gestegen naar 22% (heel Nederland) en 19% (Drenthe). Voor heel Noord-Nederland ging het om een groei van 113 vacatures (van 64 in 2016 naar 177 in 2021) en in Drenthe ging het om een groei van 21 vacatures (van 17 in 2016 naar 38 in 2021). Dit biedt volgens de aanvrager een indicatie dat de termen die relevant zijn voor online content creation steeds belangrijker worden binnen vacatures. De commissie constateert dat uit de vacatureanalyse niet duidelijk naar voren komt in welke mate de vacatures geschikt zijn voor afgestudeerden van de hbo Ad Online Contentcreator. De commissie acht het vacatureonderzoek valide en navolgbaar maar onvoldoende relevant om op basis daarvan conclusies te kunnen trekken ten aanzien van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad. Uit de vacatureanalyse volgt weliswaar een groei van het aantal relevante vacatures in Nederland en de provincie Drenthe, maar niet duidelijk is of deze vacatures ook geschikt zijn voor afgestudeerden van de Ad Online Contentcreator, omdat noch het opleidingsniveau noch het ervaringsniveau voldoende duidelijk zijn omschreven. De commissie is dan ook van mening dat op basis van het onderzoek van Dialogic geen arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding kan worden vastgesteld.

Ten slotte verwijst de aanvrager naar het 'World Report 2021' van The International Communications Consultancy Organisation (ICCO, 2020). Uit dit rapport blijkt dat de groei in de communicatiesector vooral plaatsvindt op het gebied van social media community management, multimedia contentcreatie en het digitaal maken en produceren. Ook voor de toekomst verwachten de bureaus met name omzetgroei in het digitale gebied en op het gebied van corporate reputatie (p. 6). Social media community management, multimedia contentcreatie en het maken voor digitale omgevingen, plannen en meten van impact zijn volgens ICCO de meest relevante vaardigheden voor communicatieprofessionals. De aanvrager stelt dat deze wereldwijde en nationale trend ook in Noord-Nederland speelt. De aanvrager is van mening dat er schaarste bestaat aan professionals op digitaal gebied en contentcreatie en verwijst hiertoe naar het hiervoor besproken vacatureonderzoek van Dialogic. De Ad Online Contentcreator te Emmen richt zich volgens de aanvrager op de gebieden waarin de meeste groei wordt verwacht en waar de behoefte aan professionals het grootst is. De commissie is van mening dat niet specifiek uit het 'World Report 2021' van ICCO volgt dat schaarste bestaat aan professionals op digitaal gebied en contentcreatie. De in het rapport besproken omzetgroei in het digitale gebied en op het gebied van corporate reputatie zegt bovendien niets over een eventuele arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde opleiding.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager geen arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de Ad Online Contentcreator heeft aangetoond. De commissie overweegt hierbij dat de prognoses van het ROA geen eenduidig beeld opleveren van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad Online Contentcreator. De commissie overweegt verder dat de arbeidsmarktbehoefte die uit het werkgeversonderzoek van Hobéon naar voren komt te gering is om te kunnen concluderen dat de beoogde Ad Online Contentcreator aansluit op een substantiële arbeidsmarktbehoefte, zoals vereist is blijkens de toelichting op de Regeling (p. 8). Ook uit het vacatureonderzoek van Dialogic Innovatie & Interactie komt geen substantiële arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen Ad naar voren.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Ter onderbouwing van de maatschappelijke behoefte aan de Ad Online Contentcreator verwijst de aanvrager naar de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 'De waarde(n) van weten' van het Ministerie van OCW (2015), het convenant 'Samen Sterker' van de Vereniging Hogescholen en de MBO Raad (2021), de 'Research- en innovatie strategie voor slimme

specialisatie (RIS3) voor Noord-Nederland 2021-2027- samenvatting' van het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (2020) en de 'Kadernotitie' van de Universiteit van het Noorden en de digitaliseringsagenda 'Drenthe Digitaal' van de provincie Drenthe (2021).

De aanvrager beroept zich tevens op het Regeerakkoord van het Kabinet-Rutte III 'Vertrouwen in de Toekomst' (2017), de publicatie 'Logeion communicatietrends 2020/2021' van de beroepsvereniging van communicatieprofessionals Logeion (2020) en de 'Noordelijke Innovatieagenda 2014-2020' van het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (2015). De commissie heeft deze bronnen echter buiten beschouwing gelaten, omdat de inhoud daarvan verouderd is.

De aanvrager verwijst allereerst naar de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 'De waarde(n) van weten' van het Ministerie van OCW (2015) en het convenant 'Samen Sterker' van de Vereniging Hogescholen en de MBO Raad (2021). Uit de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 'De waarde(n) van weten' (pp. 14 en 58) en het convenant 'Samen Sterker' (p. 2) volgt dat de Associate degree, als tweejarige hbo-opleiding, een belangrijke rol vervult in de doorstroom van mbo naar hbo én als katalysator voor een Leven Lang Ontwikkelen. De aanvrager beoogt door middel van de Ad Online Contentcreator onder andere mbo-4 afgestudeerden aan te spreken en hen daarbij een doorstroommogelijkheid te bieden naar een aansluitende hbo bachelor (bijvoorbeeld Communicatie). De commissie concludeert dat deze bronnen blijken te geven van een algemene behoefte aan Ad-opleidingen.

De aanvrager verwijst voorts naar de 'Research- en innovatie strategie voor slimme specialisatie (RIS3) voor Noord-Nederland 2021-2027- samenvatting' van het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (2020). De RIS3 is een strategie voor regionale ontwikkeling en vormt de kapstok voor de gecombineerde inzet van Europese, nationale en regionale fondsen en programma's in de periode 2021-2027. De RIS3 van Noord-Nederland staat in het teken van specialisaties door transities. In deze RIS3 zijn vier transities benoemd die gebaseerd zijn op de bestaande sterke kennis- en ondernemersposities in Noord-Nederland waaronder de transitie 'van analoog naar digitaal'. De aanvrager stelt dat de beoogde Ad Online Contentcreator aansluit op dit thema. Er is volgens de RIS3 een ingrijpende transitie gaande naar een digitale economie die raakt aan elk maatschappelijk vraagstuk en elke sector. Uit het rapport volgt verder dat de kansen van Noord-Nederland niet op het gebied van sleuteltechnologieën liggen, maar op het gebied van toepassing van digitale technologieën en daaruit afgeleide kansen. Deze transitieopgave werkt twee kanten op: het benutten van ICT-gerelateerde kansen en het aanhaken van het mkb bij de digitaliseringstransities (pp. 3-4). Op deze toepassing van digitale technologieën richt de Ad Online Contentcreator in Emmen zich volgens de aanvrager. Uit de RIS3 volgt dat Noord-Nederland een mkb-economie heeft met een relatief groot peloton dat moeite heeft om het tempo van vernieuwing bij te houden (p. 4). De aanvrager stelt dat de komst van de beoogde Ad de regio Emmen een extra boost kan geven en dat de inhoud van de opleiding aansluit op de transitie naar een digitale economie. De commissie onderschrijft dit betoog, maar plaatst hierbij de kanttekening dat de beschreven digitaliseringstransitie geen blijf geeft van een specifieke maatschappelijke behoefte aan afgestudeerden van de Ad Online Contentcreator.

De aanvrager beschrijft dat de Noord-Nederlandse kennisinstellingen Rijksuniversiteit Groningen, Hanzehogeschool Groningen, Hogeschool Van Hall Larenstein, NHL Stenden Hogeschool en Universitair Medisch Centrum Groningen zijn verenigd in de zogenaamde Universiteit van het Noorden. De aanvrager stelt dat in een aantal regio's in Nederland sprake is van een sterke bevolkingsdaling. Deze ontwikkeling volgt ook uit de 'Kadernotitie' van de Universiteit van het Noorden (2020): door demografische ontwikkelingen neemt de beroepsbevolking in Noord-Nederland af, terwijl de vraag naar arbeid de komende jaren toeneemt (p. 8). De aanvrager stelt dat deze demografische ontwikkelingen effect hebben op allerlei terreinen in de samenleving, zoals de woningmarkt, de arbeidsmarkt, mobiliteit en de leefbaarheid in die bewuste regio's. Het investeren in de kwaliteit van arbeid, inzetbaarheid en competenties is blijkens de 'Kadernotitie'

noodzakelijk voor de ontwikkeling van Noord-Nederland en het kunnen realiseren van de transitieopgaven. De aanvrager stelt dat blijkens de 'Kadernotitie' een ontwikkeling als de toenemende digitalisering om aanpassingen van curricula vraagt. Onderwijsinstellingen moeten flexibel kunnen inspelen op de vraag vanuit het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties (p. 9). De aanvrager stelt in dat kader dat NHL Stenden Hogeschool, het Drenthe College, de Rijksuniversiteit Groningen, de Provincie Drenthe en Gemeente Emmen besloten hebben om samen te bouwen aan de ontwikkeling van Campus Emmen. De campus sluit volgens de aanvrager goed aan op de kracht van de regio: een sterke maakindustrie en (groene) chemie. Het doel om samen te werken aan het ontwikkelen en toepassen van (nieuwe) kennis, innovatie, bedrijvigheid, banen en aan verbeterde omzet bij bestaande bedrijven in de regio sluit volgens de aanvrager naadloos aan op de 'Kadernotitie' van de Universiteit van het Noorden. De commissie verwacht dat de verdere ontwikkeling van de Campus Emmen de aantrekkelijkheid van studeren in de regio zal kunnen vergroten en dat de voorgenomen Ad Online Contentcreator bovendien aansluit op de in de 'Kadernotitie' genoemde ontwikkeling naar een grotere digitalisering in de Noord-Nederlandse regio's. De commissie is echter van mening dat op grond van de 'Kadernotitie' geen specifieke maatschappelijke behoefte aan de voorgenomen opleiding kan worden vastgesteld.

De aanvrager verwijst tevens naar de digitaliseringagenda 'Drenthe Digitaal' van de Provincie Drenthe (2021). De Provincie Drenthe richt zich op de transitie naar een duurzame op kennis en innovatie gebaseerde economie. Digitalisering is volgens 'Drenthe Digitaal' essentieel voor het welbevinden van Drenthe, voor het toekomstig verdienvermogen en de ontwikkeling van de arbeidsproductiviteit. Investerings in ICT zijn volgens de aanvrager goed voor ongeveer twintig procent van de economische groei van Nederland en innovatieve technologieën kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan maatschappelijke opgaven. Deze transitie geldt voor alle sectoren en zeker voor de sectoren die traditioneel relatief veel regionale werkgelegenheid met zich meebrengen: landbouw en voedselindustrie, maakindustrie en zorg (gezondheidseconomie). De aanvrager stelt dat de Ad Online Contentcreator aansluit op de doelstellingen op het gebied van digitalisering zoals neergelegd in 'Drenthe Digitaal'. De commissie is van mening dat de voorgenomen opleiding aansluit op de beschreven ontwikkelingen op het gebied van digitalisering in de Provincie Drenthe, maar merkt hierbij op dat de beoogde Ad niet gericht is op ICT en de sectoren landbouw en voedselindustrie, maakindustrie en zorg.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager een maatschappelijke behoefte aan de hbo Ad Online Contentcreator aannemelijk heeft gemaakt.

De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke behoefte, maar niet op een arbeidsmarktbehoefte. De aanvraag voldoet niet aan criterium a in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium b

Vanaf 04/11/2022 is op de website van de CDHO kennisgegeven van het voornemen van NHL Stenden Hogeschool om de hbo Associate degree Online Contentcreator tevens in Emmen 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.

De commissie bepaalt het verwante opleidingsaanbod door vast te stellen welke bestaande opleidingen inhoudelijk sterk met de voorgenomen opleiding overeenkomen en opleiden tot (min of meer) dezelfde beroepen (uitstroomprofiel(en)).

Bij de inhoud wordt door de commissie gekeken of de kennisgebieden en vaardigheden die in het curriculum van de voorgenomen opleiding zijn opgenomen overlap vertonen met de bestaande opleidingen. Voorts kijkt de commissie naar de instroomdoelgroep die de opleiding bedient. Ten slotte is voor de beoordeling van het verwant aanbod van belang om welke onderwijsvariant (voltijd, deeltijd of duaal) het gaat.

De aanvrager betoogt dat de voorgenomen Ad Online Contentcreator onderscheidend is ten opzichte van het bestaande aanbod vanwege de specifieke focus op online contentcreatie (beeld en tekst) en vanwege het feit dat er voor de beoogde doelgroep in de regio Emmen nog geen opleiding Online Contentcreator wordt aangeboden. De aanvrager stelt dat de volgende Ad's 'inhoudelijk verwant' zijn: de gelijknamige Ad Online Contentcreator van NHL Stenden Hogeschool (aangeboden vanuit de hoofdvestiging Leeuwarden) en van de Hogeschool Utrecht (gestart per 01/09/2022, nog geen instroomgegevens bekend), Creative Media Professional van NHL Stenden Hogeschool, Smart Media Production van de Hogeschool Amsterdam, Crossmediale Communicatie van de Hogeschool Rotterdam en Hogeschool INHOLLAND, Communicatie van Avans Hogeschool en Online Marketing & Sales van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. Daarnaast beschouwt de aanvrager de volgende onbekostigde Ad's als 'inhoudelijk verwant' aan de voorgenomen opleiding: Marketingcommunicatie van Hogeschool Schoevers en Media Design van LOI Hogeschool. De commissie beschouwt de door de aanvrager gehanteerde term 'inhoudelijk verwant' als vergelijkbaar met de door de commissie gehanteerde term 'sterk verwant'.

De commissie is met de aanvrager van mening dat de Ad's Online Contentcreator, Crossmediale Communicatie en Communicatie sterk verwant zijn aan de voorgenomen Ad. De commissie beschouwt de Ad's Creative Media Professional, Online Marketing & Sales en Smart Media Production echter als aanverwant aan de Ad Online Contentcreator vanwege de meer commerciële c.q. technische focus van de opleidingen. De opleidingen vertonen echter een dusdanige overlap met de Ad Online Contentcreator vanwege de overeenkomende instroomdoelgroep, de inhoud van het studieprogramma en het arbeidsmarktperspectief dat zij als aanverwant aan de voorgenomen Ad kunnen worden beschouwd. De commissie is daarnaast van mening dat de Ad Design van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU) en ArtEZ (nog niet gestart) als aanverwant aan de voorgenomen opleiding dient te worden beschouwd omdat deze opleiding dezelfde instroomdoelgroep bedient en enige overlap vertoont voor wat betreft de inhoud en het arbeidsmarktperspectief. Ook de Ad's Marketing Management van Avans Hogeschool en Online Marketing van de Haagse Hogeschool (nog niet gestart) beschouwt de commissie als aanverwant aan de voorgenomen opleiding vanwege het feit dat zij dezelfde instroomdoelgroep bedienen en enige overlap vertonen voor wat betreft inhoud (met name online marketing) en arbeidsmarktperspectief.

De aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen. De instroom in de verwante onbekostigde hbo Ad's is niet bekend. De commissie heeft de belangen van deze onbekostigde opleidingen dan ook niet bij de beoordeling kunnen betrekken. De commissie heeft geconstateerd dat de door de aanvrager als 'inhoudelijk verwant' beschouwde Ad Marketingcommunicatie van Hogeschool Schoevers is beëindigd. De instroom in het (aan)verwante bekostigde onderwijsaanbod groeide in de afgelopen jaren (zie Tabel 4).

Tabel 4. Instroom in (aan)verwante bekostigde opleidingen

Opleiding	Instelling	'17-'18			'18-'19			'19-'20			'20-'21			'21-'22		
		vt	dt	du	vt	dt	du	vt	dt	du	vt	dt	du	vt	dt	du
Ad Online Contentcreator (80150)	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden				12			53			79			77		
Ad Crossmediale Communicatie (80035)	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), 's-Gravenhage	51			47			46			49			29		
	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), Diemen	54			55			66			66			86		
	Hogeschool Rotterdam (22O), Rotterdam	148	18		172	37		157	34		215	26		185	47	
Ad Communicatie (80139)	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch				67			94			103	17		71	14	
	Avans Hogeschool (07GR), Breda						52		27		13			14		
Ad Creative Media Professional (80151)	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden				8			34			32			36		
Ad Design (80144)	Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (00MF), Utrecht				31			29			40			28		
Ad Marketing Management (80036)	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch	100	39		106	32		123	24		120	25		96	25	
	Avans Hogeschool (07GR), Breda		30			49			38			32			29	
Ad Online Marketing en Sales (80135)	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB), Arnhem		7	10		17	46		13	32		19	35		14	38
Totaal		353	94	10	498	187	46	602	136	32	704	132	35	608	143	38

Bron: DUO

De aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van een berekening van het aantal studenten dat vanuit relevante mbo-opleidingen bij ROC's in de regio zou willen doorstuderen. De aanvrager verwacht dat in de eerste twee jaar jaarlijks ongeveer 25 studenten zullen instromen. De aanvrager streeft ernaar om dit aantal in de navolgende jaren in ieder geval vast te houden en uit te bouwen naar een stabiele totale instroom van circa 50 studenten. De commissie acht deze prognose realistisch.

De commissie heeft bij criterium a geconstateerd dat de aanvrager niet heeft aangetoond dat de voorgenomen opleiding Online Contentcreator aansluit op een arbeidsmarktbehoefte. Derhalve heeft aanvrager evenmin aangetoond dat er ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven.

Vestiging van de opleiding in Emmen heeft geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod.

De commissie concludeert dat er geen ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de hbo Associate degree Online Contentcreator 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.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann

Voorzitter CDHO

Bijlage:

Beoordelingskader macrodoelmatigheid 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.