



Ontvangen: 28 maart 2024

2024-001++vt

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Hogeschool Rotterdam
T.a.v. het College van Bestuur
Postbus 25035
3001 HA ROTTERDAM

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



Onze referentie
44691508

Bijlagen
1

Datum 28 maart 2024

Betreft Besluit macrodoelmatigheid hbo associate degree-opleiding Smart
Media Production

*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 de brief van 22 januari 2024, door de Commissie Doelmatigheid Hoger
Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 22 januari 2024, hebt u mij het
voornemen voorgelegd om de hbo associate degree-opleiding Smart Media
Production als bekostigde opleiding te verzorgen in Rotterdam.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 12 februari 2024, kenmerk 2024-001, positief
geadviseerd over uw aanvraag. Dit advies, dat integraal deel uitmaakt van dit
besluit, treft u hierbij aan.

Besluiten

Bekostigingsbesluit

Gelet op het bovengenoemde advies van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het
hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Regeling
macrodoelmatig opleidingsaanbod hoger onderwijs 2023 (hierna: Regeling), heb
ik besloten in te stemmen met uw voornemen om de hbo associate degree-
opleiding Smart Media Production als bekostigde opleiding te verzorgen in
Rotterdam. Met toepassing van artikel 6.2, derde lid, van de WHW, beperk ik mijn
instemming tot de voltijdvariant.

Besluit Rio-indeling

Daarnaast heb ik besloten dat de hbo associate degree-opleiding Smart Media
Production, conform het advies van de CDHO, in de Registratie instellingen en
opleidingen (Rio, voorheen Croho) wordt ingedeeld in het onderdeel Techniek.

Besluit registratie ISCED-rubriek

Tevens heb ik besloten de hbo associate degree-opleiding Smart Media Production
conform het advies van de CDHO, te laten registreren in de ISCED-rubriek
multimediasdesign en mediatechnologie (21103).

Beoordelingskader

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

Motivering

Overeenkomstig het advies van de CDHO concludeer ik dat uw aanvraag voldoet aan zowel het behoefte- als het ruimtecriterium¹. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het, als bijlage bij dit besluit meegestuurde, advies van de CDHO.

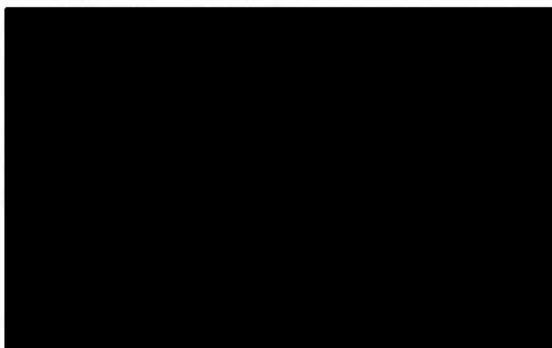
Procedure Registratie instellingen en opleidingen (Rio)²

Ingevolge artikel 6.2, negende lid van de WHW vervalt dit besluit indien de opleiding niet binnen tien maanden na dagtekening van dit besluit is geregistreerd in de Registratie instellingen en opleidingen. Registratie binnen die termijn is niet eerder mogelijk dan nadat de NVAO een positief besluit heeft genomen in het kader van de toets nieuwe opleiding. In verband met de geldigheidsduur van dit besluit, adviseer ik u zo spoedig mogelijk bij de NVAO een aanvraag voor de toets nieuwe opleiding in te dienen. Voor de registratie van uw opleiding kunt u gebruik maken van aCroho³ van de Dienst Uitvoering Onderwijs (DUO). Mocht u vragen hebben over de registratie, dan kunt u contact opnemen met ssg@duo.nl.

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

Met vriendelijke groet,

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



¹ Artikel 6, eerste lid, onderdelen a en b, van de Regeling macrodoelmatig opleidingsaanbod hoger onderwijs 2023.

² Sinds 2023 vervangt Rio het Croho.

³ aCROHO wordt op termijn vervangen door LEO.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. de Minister
Dhr. dr. R.H. Dijkgraaf
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag

Postadres CDHO
Postbus 85498
2508 CD Den Haag
Bezoekadres CDHO
Parkstraat 83
2514 JG Den Haag
T: 070 8505300
W: www.cdho.nl
E: info@cdho.nl

Onderwerp

Nieuwe opleiding
Hogeschool Rotterdam
Voltijd hbo Associate degree
Smart Media Production
Rotterdam

Kenmerk CDHO

2024-001

Kenmerk aanvrager

2946

Datum

12 februari 2024

Geachte heer Dijkgraaf,

Hierbij ontvangt u het advies van de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (CDHO) over het voornemen van de Hogeschool Rotterdam om de nieuwe hbo Associate degree Smart Media Production als bekostigde opleiding te verzorgen in de gemeente Rotterdam (brief van 22 januari 2024 met kenmerk 2946). De commissie heeft de aankondiging van deze aanvraag op 30 september jongstleden gepubliceerd op haar website (A23-054, aangekondigd onder de naam Media and Technology). De commissie heeft het dossier voor deze aanvraag op 22 januari 2024 ontvangen. Op 22 januari 2024 is de behandeling van de aanvraag opgeschort en is de aanvrager in de gelegenheid gesteld om de ontbrekende informatie te leveren. Op 9 februari 2024 is de aanvulling ontvangen en is de aanvraag weer door de commissie in behandeling genomen.

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in artikel 6.2 van de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW). Verder heeft de Regeling macrodoelmatig opleidingsaanbod hoger onderwijs 2023 van 28 april 2023, voorts te noemen de Regeling, voor de commissie als leidraad gediend.

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hiernavolgende adviseert de commissie u om *positief* te besluiten op het verzoek van de Hogeschool Rotterdam om de hbo Associate degree Smart Media Production als bekostigde opleiding te verzorgen in de gemeente Rotterdam. De commissie adviseert daarbij de toestemming te beperken tot de voltijdvariant op grond van art. 6.2 lid 3 van de WHW.

De commissie adviseert u daarnaast om deze opleiding in het RIO in te delen in het onderdeel 'Techniek'. Verder adviseert de commissie om de opleiding te laten registreren in de ISCED-rubriek 'multimediasdesign en mediatechnologie' (21103).

1. Omschrijving van de aanvraag

De aanvrager wil de opleiding Smart Media Production in de gemeente Rotterdam verzorgen. Het gaat om een Nederlandstalige hbo Associate degree van 120 studiepunten die de aanvrager in voltijdvorm wil aanbieden. De aanvrager wil de opleiding in het RIO-onderdeel 'Techniek' laten opnemen. De aanvrager heeft geen voorstel gedaan wat betreft de indeling in een ISCED-rubriek.

De Ad Smart Media Production is een technische opleiding die studenten leert ICT-oplossingen te bieden in onder andere de creatieve industrie en de mediasector. De opleiding leidt studenten op tot professionele contentmakers op het snijvlak van ICT en dynamische contentproductie. Er wordt gewerkt met data, artificial intelligence en een breed scala aan tools zoals grafische software, 3D tools, gaming software en prototyping tools om deze mediacontent te maken, te verspreiden en te monitoren. Het curriculum bestaat uit de vakken (1) Enhanced content, (2) Public space, (3) Big data, (4) Immersive tech, (5) Smart media production en (6) Smart media specialisation. Het laatste half jaar van de studie bestaat uit een afstudeerproject.

De opleiding is toegankelijk voor studenten met een havo- of vwo-diploma en voor mbo-4-geplumeerden.

Het profiel van de Ad Smart Media Production is gericht op het werkveld in de creatieve industrie en oriënteert zich op de deelgebieden ICT en contentproductie (media) en leidt op tot makers van dynamische en immersive content. Afgestudeerden van de voorgenomen opleiding zijn werkzaam in functies zoals media product owner, digitalization expert, creative technologist, innovation manager, growth hacker, conversational designer, data-specialist of AI-contentmaker.

2. Analyse verwant aanbod

De aanvrager acht de volgende hbo Associate degrees "verwant" aan de voorgenomen opleiding:

1. Smart Media Production (aangeboden door één instelling¹)
2. Digitale Techniek & Media (aangeboden door één instelling)

De aanvrager acht verder de volgende hbo Associate degrees "aanverwant" aan de voorgenomen opleiding:

1. Creative Media Professional (aangeboden door één instelling)
2. Design/Digital Media (aangeboden door één instelling)
3. Online Contentcreator (aangeboden door twee instellingen)

Tot slot acht de aanvrager ook de onbekostigde hbo Associate degree Media Design (aangeboden door één RPHO) "aanverwant" aan de voorgenomen opleiding.

¹ Waar de commissie spreekt over "instelling", wordt "bekostigde instelling" bedoeld.

De commissie begrijpt de termen “verwant” en “aanverwant” als vergelijkbaar met de door de commissie gebruikte termen “sterk verwant” en “zijdelings verwant”.

De commissie volgt de aanvrager in de afbakening van het sterk verwante aanbod.

De commissie is met de aanvrager van mening dat de volgende hbo Associate degrees zijdelings verwant zijn aan de voorgenomen opleiding:

1. Creative Media Professional (aangeboden door één instelling)
2. Design/Digital Media (aangeboden door één instelling)
3. Online Contentcreator (aangeboden door twee instellingen)

De commissie is verder van mening dat de volgende hbo Associate degrees ook zijdelings verwant zijn aan de voorgenomen opleiding:

1. Crossmediale Communicatie (aangeboden door één instelling)
2. AD-ICT (aangeboden door één instelling)
3. ICT Internet of Things (aangeboden door één instelling)

De commissie acht deze opleidingen zijdelings verwant omdat zij wat betreft de inhoud ten dele overlappen met de (specialisaties aangeboden binnen de) voorgenomen opleiding, dezelfde instroomdoelgroep bedienen en studenten ten dele voor dezelfde arbeidsmarkt opleiden.

De commissie acht in dit geval de door de aanvrager genoemde onbekostigde opleiding onvoldoende verwant omdat deze niet onder vergelijkbare condities wordt aangeboden.

De instroom in de verwante opleidingen is in de afgelopen vijf jaar gestegen (zie Bijlage 1).

De aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van een instroomonderzoek van Lexnova onder mbo-4-studenten van relevante opleidingen van het Grafisch Lyceum Rotterdam, Techniek College Rotterdam, Zadkine en ROC Mondriaan.² De aanvrager verwacht dat in het eerste jaar circa 30 studenten zullen instromen. De commissie acht deze prognose realistisch gezien de instroom in het bestaande aanbod.

3. Beoordeling criterium a

De commissie betreft ambtshalve de arbeidsmarktprognoses in het AIS van het ROA³. De aanvrager heeft een beroep gedaan op de prognoses tot 2026. De commissie constateert dat het ROA in december 2023 de gegevens in AIS heeft bijgewerkt en de prognoses tot 2026 heeft vervangen door prognoses tot 2028. De commissie hanteert de meest actuele arbeidsmarktprognoses.

De aanvrager beschouwt het opleidingstype bachelor informatica dat is opgenomen in ROA's AIS als meest relevant voor de voorgenomen opleiding Smart Media Production.

De commissie neemt dit opleidingstype niet mee bij de beoordeling van de arbeidsmarktbehoefte omdat in het opleidingstype bachelor informatica geen sterk verwante opleidingen zijn opgenomen.

² 'Marktpotentieel Ad Media & Technology – deelrapportage instroomonderzoek' (Lexnova 2022)

³ <https://roastatistics.shinyapps.io/AIStot2028/>

De commissie acht het opleidingstype bachelor kunst ten dele relevant omdat de sterk verwante hbo Associate degrees Smart Media Production en Digitale Techniek & Media hierin zijn opgenomen naast een groot aantal niet en nauwelijks verwante opleidingen. ROA typeert de vooruitzichten in 2028 voor afgestudeerden van dit opleidingstype als matig en verwacht vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening (zie Bijlage 2, Tabel 1).

De aanvrager doet verder een beroep op de prognoses voor de opleidingssubsector bachelor techniek en ict in de arbeidsmarktregio Rijnmond. De commissie is van mening dat de opleidingssubsectoren zoals deze zijn opgenomen in het AIS te veel niet en nauwelijks relevante opleidingen bevatten en daardoor geen representatief beeld geven van de specifieke arbeidsmarkt waar afgestudeerden van de voorgenomen opleiding werkzaam zullen zijn. Om deze reden laat de commissie de prognoses voor opleidingssubsectoren buiten beschouwing.

De commissie concludeert dat de prognoses die zijn opgenomen in ROA's AIS voor het opleidingstype dat ten dele relevant is voor de onderhavige opleiding een negatief beeld geeft van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden van de voorgenomen opleiding Smart Media Production.

De aanvrager doet verder een beroep op een rapport over de arbeidsmarkt ICT.⁴ Het rapport concludeert onder meer dat de arbeidsmarkt vraagt om aanzienlijk meer professionals met kennis en vaardigheden op het gebied van nieuwe technologieën zoals artificial intelligence en big data. In het rapport wordt verder beschreven dat het huidige onderwijs de stijgende behoefte aan ICT- en digitale kennis en vaardigheden onvoldoende kan bijbenen. In ICT-opleidingen op mbo-niveau is sprake van beperkte arbeidsmarktperspectieven en bij ICT-opleidingen op hbo- en wo niveau is sprake van een te geringe instroom en hoge uitvalpercentages. De aanvrager is van mening dat de Ad Smart Media Production tegemoet komt aan de beschreven behoefte aan professionals met ICT-kennis en -vaardigheden op hbo-niveau. De commissie is van oordeel dat het rapport een algemene behoefte aan hoger opgeleid ICT-personeel laat zien, maar dat uit de bron geen specifieke behoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad Smart Media Production volgt.

De aanvrager verwijst vervolgens naar gegevens afkomstig uit de Spanningsindicator van het UWV⁵ betreffende de beroepsgroepen software- en applicatieontwikkelaars en gebruikersondersteuning ICT. De aanvrager geeft aan dat het UWV geen spanningswaarden van de eveneens relevant geachte beroepsgroep radio- en televisietechnici biedt. De commissie acht de beroepsgroepen software- en applicatieontwikkelaars en gebruikersondersteuning ICT onvoldoende relevant omdat de voorgenomen opleiding studenten niet beoogt op te leiden voor de in deze beroepsgroepen opgenomen beroepen. De commissie is van mening dat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding voornamelijk in aanmerking komen voor de beroepen die in de beroepsgroep radio- en televisietechnici zijn opgenomen, zoals telecommunicatie-, radio- en televisietechnici en beeld- en geluidstechnici radio en televisie. De commissie constateert dat in de Spanningsindicator geen gegevens zijn opgenomen met betrekking tot deze beroepsgroep en laat deze bron derhalve buiten beschouwing.

⁴ 'De ontwikkeling van de arbeidsmarkt ICT – een analyse en prognose over de periode 2000-2027' (Stichting CA-ICT 2023, p. 35)

⁵ www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards

Verder heeft de aanvrager verwezen naar twee door de aanvrager relevant geachte beroepen zoals audiovisueel technicus en producer zoals deze zijn vermeld op de website van NationaleBeroepengids.nl. De commissie acht beide beroepen relevant voor afgestudeerden van de beoogde opleiding. De commissie constateert dat de baankansen voor audiovisueel technici en voor producers als goed respectievelijk gemiddeld worden omschreven. De commissie is van oordeel dat de Nationale Beroepengids een indicatie geeft dat de arbeidsmarktkansen redelijk tot goed zijn voor afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

De aanvrager doet voorts een beroep op een aantal bronnen gericht op de arbeidsmarktperspectieven voor hoger opgeleide professionals binnen de sector ICT. De aanvrager refereert aan een overzicht van structureel kansrijke beroepen van het UWV.⁶ Het betreft beroepen die minimaal 4 jaar kansen bieden voor werkzoekenden en minder last lijken te hebben van economische schommelingen. De aanvrager acht het beroep specialist technische infrastructuur het meest relevant voor afgestudeerden van de voorgenomen opleiding. De aanvrager verwijst verder naar prognoses voor de arbeidsmarkt in 2023-2024 van het UWV.⁷ Hierin wordt gesteld dat in 2024 de verwachte banengroei in de sector ICT met drie procent toeneemt ten opzichte van 2023. Daarmee is de ICT naar verwachting de sterkst groeiende sector qua werkgelegenheid in 2024. De commissie constateert op grond van voornoemde bronnen van het UWV dat de algemene arbeidsmarkt in de sector informatie en communicatie gunstig is, maar dat uit deze bronnen geen specifieke arbeidsmarktbehoefte kan worden afgeleid aan ICT-onderlegde contentmakers (zoals afgestudeerden van de voorgenomen opleiding).

Daarnaast heeft de aanvrager verwezen naar een aantal bronnen over een regionale behoefte aan hoger opgeleide professionals binnen de sector ICT, waaronder een overzicht van kansrijke beroepen in de regio Rijnmond afkomstig van het UWV.⁸ De aanvrager is van mening dat de sector ICT het meest relevant is voor afgestudeerden van de Ad Smart Media Production. De meest kansrijke beroepen binnen de sector ICT bevinden zich op hoog/wetenschappelijk niveau zoals data analisten en informatiespecialisten IC, waarbij de aanvrager aangeeft dat de Ad Smart Media Production onder andere opleidt voor daarmee corresponderende beroepen als digitalization expert en data specialist. Uit een rapport van het UWV over de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt in de regio Rijnmond⁹ blijkt volgens de aanvrager dat de arbeidsmarkt voor ICT-beroepen in deze regio structureel kampt met tekorten aan werknemers op mbo-, hbo- en wo-niveau. Voor de regio Rijnmond geldt dat alleen in de ICT-sector het aantal werknemersbanen op beroepsniveau 4 blijft groeien.¹⁰ De aanvrager stelt dat de banengroei in 2024 hoger is in de arbeidsmarktregio Rijnmond (3,4%) dan het landelijke gemiddelde (2,9%). De commissie concludeert op basis van deze regionale bronnen dat in de regio een brede en algemene behoefte bestaat aan personeel binnen de ICT-sector, waaronder mede begrepen afgestudeerden van de beoogde opleiding. De commissie concludeert voorts dat het overzicht van kansrijke beroepen een indicatie biedt van een specifieke behoefte aan afgestudeerden van de Ad Smart Media Production.

⁶ Het artikel 'Ruim 140 structureel kansrijke beroepen' (UWV, 1 februari 2023)

⁷ Het rapport 'Arbeidsmarktprognose 2023-2024' (UWV 2023, p. 4)

⁸ Het rapport 'Kansrijke beroepen – Rijnmond' (UWV 2023, p. 7)

⁹ Het rapport 'Regio in Beeld Rijnmond' (UWV 2023, p. 3)

¹⁰ Het rapport 'Regionale arbeidsmarktprognose 2023-2024 Rijnmond' (UWV 2023, p. 2)

De aanvrager verwijst daarnaast naar een factsheet¹¹ gericht op de arbeidsmarktregio Rijnmond van het Platform Talent voor Technologie. Hieruit blijkt dat in de regio Rijnmond het aandeel ICT-banen op het totale aantal banen bovengemiddeld is. In het factsheet wordt verder beargumenteerd dat huidige en toekomstige ICT-beroepen hogere eisen stellen aan het opleidingsniveau van werkenden. Uit gegevens afkomstig van het platform Rijnmondinzicht.nl¹² blijkt volgens de aanvrager dat in de regio Rijnmond in het tweede kwartaal van 2023 43,2% van de ondernemers in de sector informatie & communicatie een tekort aan arbeidskrachten ervaart als belemmering voor hun activiteiten. De opleiding Smart Media Production sluit volgens de aanvrager zowel wat betreft inhoud als niveau aan op de eisen die aan ICT-beroepen worden gesteld. De commissie constateert dat uit deze bronnen een algemene behoefte aan personeel binnen de sector ICT blijkt, waar afgestudeerden van de Ad Smart Media Production ten dele ook voor in aanmerking komen.

De aanvrager doet voorts een beroep op de Monitor Creatieve Industrie.¹³ Deze monitor brengt de ontwikkelingen in de creatieve industrie en de ICT-sector in kaart. De aanvrager stelt dat de Ad Smart Media Production op het snijvlak van beide sectoren opereert. De Monitor Creatieve Industrie 2021 toont de ontwikkeling van het aantal banen en bedrijven in de Nederlandse creatieve industrie en ICT-sector aan de hand van een dataset waarin data over de periode tot en met april 2020 beschikbaar waren¹⁴. In het rapport wordt daarnaast specifiek gekeken naar de gevolgen en effecten van Covid-19 voor de creatieve industrie en de ICT-sector. Uit de monitor blijkt dat de banengroei binnen de creatieve sector in de periode 2010 tot april 2020 met 2,4% boven het landelijk gemiddelde van 0,8% lag. Ook het aantal bedrijven in de creatieve industrie nam toe. In 2010 waren er 86.000 bedrijven in de creatieve industrie actief en in april 2020 was dit aantal toegenomen tot 206.000 bedrijven. Het aandeel van creatieve bedrijven op het Nederlandse totaal is 16,1%. De banengroei binnen de ICT bedraagt in de periode van 2010 tot april 2020 jaarlijks gemiddeld 1,7%. Het aantal bedrijven in de ICT stijgt in de beschreven periode fors, van 28.000 in 2010 naar bijna 82.000 in april 2020. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6%. De creatieve industrie is één van de sectoren die het hardst getroffen is door Covid-19. De effecten van Covid-19 zijn minder voelbaar binnen de ICT-sector. In het rapport wordt tevens aandacht geschonken aan regionale ontwikkelingen binnen de creatieve industrie en de ICT-sector. De aanvrager stelt dat uit de Monitor Creatieve Industrie volgt dat in Rotterdam de jaarlijkse banengroei in de creatieve industrie vanaf 2017 5% bedraagt. De jaarlijkse banengroei binnen de ICT in Rotterdam bedroeg 8,1%. De Monitor Creatieve Industrie schrijft deze groei onder meer toe aan het verbeterende vestigingsklimaat in Rotterdam. De commissie is van mening dat de Ad Smart Media Production op het snijvlak van de creatieve industrie en de ICT opereert. De banengroei in de beide sectoren, met name in de regio Rotterdam, biedt een positieve indicatie van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

¹¹ Het factsheet 'Facts & Figures arbeidsmarkt techniek- betreft arbeidsmarktregio Rijnmond' (Platform voor Technologie 2023, p. 2-3)

¹² <https://rijnmondinzicht.nl/>

¹³ De 'Monitor Creatieve Industrie 2021' (Stichting Media Perspectives 2021, p. 4-7, 108)

¹⁴ De commissie constateert dat in januari 2024 de 'Monitor Creatieve Industrie 2023' is gepubliceerd. Hieruit volgt dat de creatieve industrie en de ICT-sector goed uit de coronacrisis zijn gekomen. De banengroei in die deelsector creatieve industrie is met 4,3% gemiddeld jaarlijks in 2019-2022 ruim hoger dan over de jaren 2012-2022. Het groeitempo van de ICT-sector is in de jaren 2019-2022 juist lager dan over de gehele periode 2012-2022: 1,7 tegen 2,2%.

De aanvrager heeft daarnaast verwezen naar een publicatie van Price Waterhouse Coopers (PWC)¹⁵ waarin wordt gesteld dat door groeiende investeringen in media en ontwikkelingen in (nieuwe) technologie een toenemende vraag naar professionals met vaardigheden op het snijvlak van media en technologie in de lijn der verwachting ligt. PWC verwacht dat de totale uitgaven zullen blijven stijgen van 9782 miljoen in 2019 tot 10490 miljoen in 2023. De uitgaven aan digitale media en entertainment zijn verantwoordelijk voor deze stijging (non-digital vertoont een daling). PWC wijst ook op de ontwikkelingen rond AI in de wereld van media en entertainment. Het zal bedrijven helpen om hun klanten beter te begrijpen zodat content/experiences nog persoonlijker gemaakt kunnen worden, maar leidt ook tot sociale, juridische en ethische uitdagingen. De commissie stelt vast dat de inhoud van de beoogde Ad Smart Media Production gericht is op de ontwikkeling van digitale media, waaronder mede begrepen de toepassing van AI. De commissie beschouwt deze bron derhalve als een weergave van een kwalitatieve ontwikkeling die de arbeidsmarktbehoefte aan dit type afgestudeerden ten goede zal komen.

De commissie stelt vast dat de aanvrager aan de hand van een groot aantal bronnen beargumenteert dat de opleiding aansluit op een maatschappelijke behoefte. Gelet op de toelichting op de Regeling betreft de commissie deze bronnen bij de beoordeling van de onderbouwing van een kwalitatieve ontwikkeling die de actuele arbeidsmarktbehoefte ten goede komt.

De aanvrager gaat in op een aantal ontwikkelingen, waaronder de toenemende digitalisering¹⁶ en de veranderende vaardigheden¹⁷ die worden geëist. De aanvrager stelt dat uit verschillende bronnen blijkt dat digitale vaardigheden en gekwalificeerd ICT-personeel een belangrijke randvoorwaarde vormen voor een succesvolle digitale transitie. De aanvrager stelt dat de Ad Smart Media Production tegemoet komt aan de beschreven behoefte aan gekwalificeerd ICT-personeel. De aanvrager stelt tevens dat uit deze bronnen blijkt dat de komende vijf jaar binnen de sectoren 'Information technology and digital communications' en 'Media, entertainment and sports' de meest relevante vaardigheden en kennisgebieden volgens werkgevers technologische geletterdheid, AI en big data en marketing en media zijn. De aanvrager stelt dat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding beschikken over deze vaardigheden en kennis. De commissie is van oordeel dat de genoemde bronnen blijken te geven van een actuele ontwikkeling die een algemene behoefte aan hoger opgeleid ICT-personeel laat zien alsmede aan personeel met vaardigheden op het gebied van technologische geletterdheid, AI en big data.

Onder verwijzing naar meerdere rapporten¹⁸ stelt de aanvrager dat er een algemene behoefte bestaat aan hbo Associate degrees. De commissie constateert dat de algemene behoefte aan hbo

¹⁵ Het rapport 'Entertainment & Media Outlook for the Netherlands 2019-2023' (PWC 2019)

¹⁶ Zoals onder meer besproken in de 'Nederlandse Digitaliseringsstrategie 2021' (Rijksoverheid 2021, pp. 24 en 74), een cijferpublicatie van het Techniekpact: 'Grote vraag naar ICT- en technische professionals' (februari 2022, zie <https://www.techniekpact.nl/artikel/cijferpublicaties>), 'Opschalingsplan Human Capital Agenda ICT - Regionale initiatieven voor om- en bijscholing digitalisering 2021 – 2025' (HCA ICT 2021) en de 'Strategische Agenda 2024-2027 – KIA Digitalisering' (Topsector ICT 2023, pp. 10 en 25).

¹⁷ Zoals onder meer besproken in de 'Human Capital Agenda 2.0 Zuid-Holland' (Economic Board Zuid-Holland 2022, p. 4) en het deelakkoord 'WE-IT 2.0' (Economic Board Zuid-Holland 2023), de 'Economische Verkenning Rotterdam 2022 – de economie van Rotterdam tijdens en na corona' (Gemeente Rotterdam 2022, pp. 54-57) en het 'Future of Jobs Report 2023' (World Economic Forum 2023).

¹⁸ 'De waarde(n) van weten: Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 2015-2025' (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 2015, pp. 52-53), 'Associate degree-opleidingen 2017-2021 - factsheet juni

Associate degrees geen blijk geeft van een specifieke arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding en laat dit deel van het betoog dan ook buiten beschouwing.

Tot slot refereert de aanvrager aan een arbeidsmarktonderzoek dat door Lexnova is uitgevoerd in opdracht van de aanvrager. Het onderzoek bestaat uit twee deelonderzoeken. Het eerste deelonderzoek is gebaseerd op interviews met elf verschillende werkgevers.¹⁹ Deze interviews hebben plaatsgevonden tussen februari en maart 2022. De aanvrager heeft een lijst van respondenten, de organisaties waar zij voor werken en de functies die zij daar bekleeden aan de bijlagen van het dossier toegevoegd. De aanvrager heeft ook de vragenlijst en de gespreksverslagen aan de bijlagen toegevoegd. De commissie constateert dat de betrokken individuen werkzaam zijn voor relevante organisaties en – met uitzondering van één respondent - een functie bekleeden waarin zij een gezaghebbende uitspraak kunnen doen over het aannamebeleid binnen hun eigen organisatie c.q. zicht hebben op ontwikkelingen binnen het werkveld.

Enkele respondenten geven aan dat door de vergaande digitalisering en de opkomst van nieuwe technologieën een kloof lijkt te ontstaan in het werkveld: er zijn nog maar weinig technici met kennis van media en communicatie en vice versa. Er is behoefte aan T-shaped professionals, die zowel technisch onderlegd zijn en kennis hebben van c.q. de brug kunnen slaan met media, communicatie en andere relevante disciplines. De respondenten zijn positief over het profiel van de Ad Smart Media Production. Zij waarderen de brede basis en de combinatie van ICT en media. De respondenten stellen dat momenteel een groot tekort aan mensen met het profiel van afgestudeerden van de voorgenomen opleiding bestaat.

De respondenten is tevens gevraagd naar het perspectief in de eigen organisatie voor afgestudeerden van de beoogde opleiding. Hieruit blijkt dat zeven van de elf respondenten nieuwe medewerkers met het profiel van de Ad Smart Media Production willen aannemen. Vijf respondenten hebben de behoefte gekwantificeerd. Twee respondenten zouden twee nieuwe medewerkers op jaarbasis aan willen nemen. Eén respondent zou binnen 2-5 jaar vijf tot tien nieuwe medewerkers willen aannemen en één respondent zou binnen deze periode tien nieuwe medewerkers willen aannemen. Eén respondent heeft geen zeggenschap over het aannamebeleid binnen de organisatie en de overige twee respondenten die hebben aangegeven nieuwe medewerkers te willen aannemen hebben geen concreet aantal genoemd.

De commissie constateert dat de resultaten van de interviews valide en navolgbaar zijn. Dit inachtnemend concludeert de commissie dat de bron blijk geeft van een zeer geringe arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

Het tweede deelonderzoek in het arbeidsmarktonderzoek van Lexnova is gebaseerd op een online enquête onder 99 respondenten uit het (overwegend regionale) werkveld.²⁰ De enquête is afgenomen in de periode mei-augustus 2022. De namen van de organisaties van de respondenten zijn opgenomen in een bijlage, alsmede de vragen die aan hen zijn gesteld. Eén respondent heeft alleen een organisatieomschrijving gegeven. Alle respondenten – met uitzondering van één respondent - hebben een functie die hen in staat stelt gezaghebbende uitspraken over het aannamebeleid te doen. De meeste werkgevers zijn werkzaam binnen de sectoren informatie en communicatie (34%), (specialistische) zakelijke dienstverlening (23%) en groot- en detailhandel

2022' (Inspectie van het Onderwijs 2022) en het rapport 'Focus op professie – Rapport Commissie Positionering Hoger Beroepsonderwijs' (Vereniging Hogescholen 2022, p. 53).

¹⁹ 'Marktpotentieel Ad Media & Technology – deelrapportage: interviews met het werkveld' (Lexnova 2022)

²⁰ 'Marktpotentieel Ad Media & Technology – deelrapportage: werkgeversenquête' (Lexnova 2022)

(13%). 17% van de werkgevers geeft aan in een andere sector te werken, zoals de games-industrie, e-commerce en de creatieve sector. 33% van de respondenten werkt voor een organisatie met 20-49 medewerkers, 19% voor een organisatie met 10-19 medewerkers, 13% voor een organisatie met 50-99 medewerkers, 11% voor een organisatie met 100-199 medewerkers en 8% voor een organisatie met meer dan 500 medewerkers. Van de werkgevers geeft 75% aan de Ad Smart Media Production (zeer) aansprekend te vinden. De overige respondenten vindt het profiel (helemaal) niet aansprekend.

De respondenten is tevens gevraagd of zij behoefte hebben aan nieuwe medewerkers met het profiel van de voorgenomen opleiding. Er is door 46 respondenten (46%) van de respondenten aangegeven dat zij in de komende drie jaar deze behoefte misschien verwachten en door 28 (28%) is aangegeven dat zij deze behoefte zeker verwachten. Gezamenlijk noemen deze respondenten een behoefte van minimaal 128 en maximaal 302 in de komende drie jaar. De 28 respondenten die zeker zijn deze behoefte te hebben geven aan in totaal minimaal 72 en maximaal 178 werknemers nodig te hebben in de komende drie jaar.

De commissie is van mening dat het onderzoek valide en gedeeltelijk navolgbaar is. Van één respondent is alleen een organisatieomschrijving aangeleverd. De navolgbaarheid wordt in de ogen van de commissie verder beperkt omdat de aanvrager een lijst van organisaties heeft meegeleverd maar er geen koppeling is gemaakt tussen de namen van de organisaties en de gegeven antwoorden. Dit is relevant aangezien niet bij alle bedrijven zonder meer helder is waarom afgestudeerden van de voorgenomen opleiding Smart Media Production hier werkzaam zouden kunnen zijn. Dit inachtnemend constateert de commissie dat het onderzoek een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding aannemelijk maakt.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager heeft aangetoond dat er een arbeidsmarktbehoefte bestaat aan de voorgenomen opleiding Smart Media Production. De aanvraag voldoet aan criterium a (art. 6 lid 1) van de Regeling.

4. Beoordeling criterium b

4.1 Noodzaak nieuwe opleiding

De aanvrager betoogt dat het niet mogelijk is om het beroepsprofiel van de Ad Smart Media Production onderdeel te maken van een reeds bestaande eigen opleiding. De aanvrager is van mening dat het beroepsprofiel en de beoogde leerresultaten van haar bestaande verwante opleidingen dusdanig zouden moeten worden aangepast dat dit ten koste zou gaan van de focus op vakmanschap die aan deze bestaande opleidingen ten grondslag ligt. De aanvrager vergelijkt de beoogde opleiding met een aantal bestaande eigen opleidingen en constateert o.a. dat programmeren (onderdeel van de Ad Software Development) geen onderdeel vormt van de Ad Smart Media Production en dat de Ad ICT Internet of Things een zeer specifieke focus legt op IoT toepassingen. Een uitstroomprofiel gericht op Smart Media Production vormgeven binnen het tweede jaar van een bestaande eigen Ad-opleiding is volgens de aanvrager dan ook niet mogelijk. Studenten hebben een basisjaar nodig om zich te oriënteren op het complexe en veranderende medialandschap en op de nieuwe tools om toepassingen te ontwikkelen. Het beroepsprofiel van de Ad Smart Media Production vraagt om specifieke kennis en vaardigheden die in de overige opleidingen van de Hogeschool Rotterdam niet naar voren komen.

De aanvrager geeft voorts een toelichting waarom de voorgenomen opleiding niet binnen bestaande verwante bekostigde opleidingen kan worden aangeboden. De (Rotterdamse) arbeidsmarkt heeft volgens de aanvrager een grote behoefte aan professionals die mediacontent kunnen produceren, distribueren en monitoren. De aanvrager stelt dat het bestaande opleidingsaanbod onvoldoende professionals met dit beroepsprofiel opleidt. De sterkverwante opleidingen Smart Media Production van de Hogeschool van Amsterdam en Digitale Techniek & Media van de Hogeschool Utrecht bevinden zich volgens de aanvrager op geruime (reis)afstand van de beoogde opleiding van de Hogeschool Rotterdam. Deze hogescholen ondersteunen de aanvraag voor de voorgenomen opleiding vanwege de toenemende behoefte aan professionals met een achtergrond in smart media toepassingen. De opleiding Digitale Techniek & Media is specifiek gericht op broadcasting vanuit het Mediapark in Hilversum en het werkveld van de opleiding Smart Media Production van de Hogeschool van Amsterdam betreft met name creatieve bureaus. De aanvrager stelt dat de beoogde opleiding deze specifieke focus minder kent en dat het curriculum breed is opgezet om tegemoet te komen aan de behoeften van de brede creatieve industrie in Rotterdam.

De commissie volgt de aanvrager in de bovenstaande argumentatie en stelt vast dat de beoogde vernieuwing niet binnen de reeds bestaande verwante opleidingen van de aanvrager zelf kan worden vormgegeven en evenmin binnen de verwante opleidingen van de Hogeschool van Amsterdam en de Hogeschool Utrecht, mede gelet op de reisafstand van Rotterdam naar Amsterdam (66 km) respectievelijk Amersfoort (76 km).

Vestiging van de opleiding in de gemeente Rotterdam heeft naar verwachting nauwelijks of geen effect op de instroom in de zijdelings verwante Associate degrees Crossmediale Communicatie en ICT Internet of Things van de Hogeschool Rotterdam en daarmee op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod, gelet op de inhoudelijke verschillen tussen de beoogde en de bestaande opleidingen.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager heeft aangetoond dat er een noodzaak bestaat om de voorgenomen opleiding Smart Media Production als nieuwe opleiding vorm te geven.

4.2 Aansluiting instellingsprofiel

De aanvrager beargumenteert dat de Hogeschool Rotterdam in Nederland een belangrijke aanbieder van Ad-opleidingen is. Het opleidingsinstituut Rotterdam Academy - een samenwerkingsverband met de ROC's Albeda en Zadkine - heeft een breed opleidingsportfolio van 21 Ad-opleidingen. De aanvrager stelt dat de Rotterdam Academy conform haar strategisch beleidsplan²¹ actief bijdraagt aan het positioneren en doorontwikkelen van Ad-opleidingen. De aanvrager betoogt dat de Rotterdam Academy hiermee de doorstroom naar het hoger onderwijs bevordert en bijdraagt aan het verhogen van het opleidingsniveau van de regio. De beoogde opleiding sluit conform de in het beleidsplan opgenomen doelen aan op de behoeften van het werkveld aan werknemers op niveau 5. De aanvrager beargumenteert dat de Ad Smart Media Production net als alle andere Ad-opleidingen die zij aanbiedt nauw aansluit op de specifieke behoeften en eisen van het werkveld. De Hogeschool Rotterdam legt daarnaast in haar strategische agenda²² de focus op het opleiden van professionals

²¹ 'Strategisch beleidsplan - Werken aan je toekomst 2023-2028' (Rotterdam Academy 2023, p. 16)

²² Strategische agenda 2023-2028 - Talent voor transitie: hoger beroepsonderwijs en praktijkgericht onderzoek voor de samenleving van morgen' (Hogeschool Rotterdam 2023, pp. 6, 15-16)

die kunnen bijdragen aan de snel veranderende wereld. De aanvrager betoogt dat de Ad Smart Media Production hierop aansluit door professionals op te leiden in beroepen van de toekomst die gericht zijn op het maken, verspreiden en/of monitoren van dynamische en immersive mediacontent. In de strategische agenda zijn daarnaast vier transitieopgaven opgenomen op het gebied van: (1) Duurzame delta, (2) Toekomstbestendige economie, (3) Vitale gemeenschap en (4) Slimme en sociale stad. De aanvrager is van mening dat de beoogde opleiding met name aansluit op de transitieopgave Slimme en sociale stad, omdat de Ad Smart Media Production zich richt op digitalisering van de samenleving en de functies die daardoor ontstaan op de arbeidsmarkt, specifiek in een stedelijke context. De aanvrager betoogt dat de opleiding Smart Media Production mensen opleidt die op verantwoorde wijze kunnen digitaliseren en zo kunnen bijdragen aan een slimme en sociale stad.

De aanvrager heeft daarnaast onderbouwd waarom de voorgenomen opleiding niet binnen het instellingsprofiel van andere aanbieders past. De aanvrager stelt dat de beoogde Ad Smart Media Production zich onderscheidt van het profiel van andere aanbieders vanwege de sterke verbondenheid met de regio Rotterdam. Er zijn volgens de aanvrager geen andere hogescholen in de regio die een aan de voorgenomen opleiding verwante opleiding aanbieden.

De commissie volgt de aanvrager in de argumentatie inzake de aansluiting op het eigen instellingsprofiel. De commissie stelt daarnaast vast dat de onderbouwing waarom de beoogde opleiding niet past binnen het instellingsprofiel van andere instellingen vrij summier is, maar dat de aanvrager voldoende overtuigend heeft onderbouwd dat de link die de voorgenomen Ad Smart Media Production met de regio Rotterdam uniek is en niet in het instellingsprofiel van andere aanbieders is opgenomen.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager heeft aangetoond dat de voorgenomen opleiding Smart Media Production aansluit op het instellingsprofiel.

4.3 Conclusies commissie

Op grond van het bovenstaande constateert de commissie dat de aanvrager heeft aangetoond dat de aanvraag voldoet aan criterium b (art. 6 lid 1) van de Regeling.

5. RIO- en ISCED-indeling

De aanvrager wil de voorgenomen opleiding in het RIO-onderdeel 'Techniek' laten indelen. Dit voorstel sluit in de ogen van de commissie aan op de inhoud van de voorgenomen opleiding en de indeling van verwante bestaande opleidingen. De commissie adviseert u daarom met deze indeling in te stemmen.

De aanvrager heeft geen voorstel gedaan wat betreft de indeling in een ISCED-rubriek. De commissie adviseert u de opleiding te laten opnemen in de ISCED-rubriek 'multimediadesign en mediatechnologie' (21103), gezien de inhoud van de opleiding en de indeling van het verwante opleidingsaanbod.

6. Afstemming en zienswijzen

De onderhavige aanvraag is door de aanvrager bij de commissie aangekondigd. De commissie heeft deze aankondiging op 30 september onder kenmerk A23-054 (onder de opleidingsnaam Media and Technology) gepubliceerd op haar website.

De aanvrager geeft aan afstemming te hebben gezocht met de aanbieders van sterk verwante opleidingen, de Hogeschool van Amsterdam (aanbieder van de sterk verwante Ad Smart Media Production) en de Hogeschool Utrecht (aanbieder van de sterk verwante Ad Digitale Techniek & Media). Beide hogescholen geven aan dat behoefte bestaat aan professionals met kennis van zowel ICT als media en hebben geen bezwaar tegen de komst van de voorgenomen opleiding. De aanvrager heeft de reacties van beide hogescholen in het dossier opgenomen.

Vanaf 22 januari 2024 is op de website van de commissie kennisgegeven van het voornemen van de Hogeschool Rotterdam om de nieuwe hbo Associate degree Smart Media Production als bekostigde opleiding te verzorgen in de gemeente Rotterdam. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs en andere belanghebbenden de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. Er zijn geen zienswijzen ingediend.

Conclusie

Gelet op het voorgaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs u om *positief* te besluiten op het voorliggende verzoek en deze toestemming met toepassing van artikel 6.2 lid 3, van de WHW te beperken tot de tot de voltijdvariant.

De commissie adviseert u daarnaast om deze opleiding in het RIO in te delen in het onderdeel 'Techniek'. Verder adviseert de commissie om de opleiding te laten registreren in de ISCED-rubriek 'multimediasign en mediatechnologie' (21103).

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann
Voorzitter CDHO

Bijlage 1: afbakening verwant aanbod (Bron: DUO, peildatum 1 oktober)

Opleiding	Instelling	'18-'19		'19-'20		'20-'21		'21-'22		'22-'23	
		VT	DT	VT	DT	VT	DT	VT	DT	VT	DT
Ad Smart Media Production (80179)	Hogeschool van Amsterdam (28DN), Amsterdam									40	
Ad Digitale Techniek & Media (80165)	Hogeschool Utrecht (25DW), Amersfoort					70		94		90	
Ad Creative Media Professional (80151)	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden	16		68		64		72		46	
Ad Design (80144)	Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (00MF), Utrecht	62		58		80		56		76	
Ad Online Contentcreator (80150)	Hogeschool Utrecht (25DW), Amersfoort									192	
	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden	24		106		158		154		166	
Ad Crossmediale Communicatie (80035)	Hogeschool Inholland (27PZ), 's-Gravenhage	94		92		98		60		32	
	Hogeschool Inholland (27PZ), Diemen	110		132		132		174		82	
	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	344	74	314	68	430	52	370	94	392	46
Ad ICT Internet of Things (80155)	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam			44		40	14	44	2	38	
Ad AD-ICT (80152)	Fontys Hogeschool (30GB), Eindhoven					54	54	90	124	128	98
	Fontys Hogeschool (30GB), Tilburg			42		110		96		90	
Totaal Eerstejaarsinstroom		650	74	856	68	1236	120	1210	220	1372	144

Bijlage 2: tabellen arbeidsmarktprognoses (Bron: ROA, AIS)

Tabel 1. Arbeidsmarktprognoses opleidingstype bachelor kunst

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Indicator	Typering
Bachelor - kunst	verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	600	0	0,1		erg laag
Bachelor - kunst	verwachte vervangingsvraag tot 2028	16400	13	2,1		laag
Bachelor - kunst	verwachte baanopeningen tot 2028	17000	14	2,2		laag
Bachelor - kunst	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2028	36600	29	4,4		gemiddeld
Bachelor - kunst	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2028				1,13	vrijwel geen
Bachelor - kunst	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2028				1,13	matig