

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

ArtEZ
T.a.v. College van Bestuur
Rhijnvis Feithlaan 50
8021 AN ZWOLLE

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

Contactpersoon

■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■

Onze referentie
29112026

Bijlagen
1

Datum 25 augustus 2021

Betreft Besluit macrodoelmatigheid associate degree Design

*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 College,

Met de brief van 22 juni 2021, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 23 juni 2021, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de associate degree-opleiding Design als bekostigde opleiding te verzorgen in Zwolle.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 9 augustus 2021, kenmerk 2021/057, 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 Design als bekostigde opleiding te verzorgen in Zwolle.

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

Onze referentie
29112026

Met vriendelijke groet,

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

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

F.A. Hofman

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

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 ArtEZ deeltijd hbo Associate degree Design Zwolle	2021/057	09/08/2021

Geachte mevrouw Van Engelshoven,

Op 23/06/2021 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van ArtEZ om de hbo Associate degree Design als bekostigde opleiding te verzorgen te Zwolle (brief van 22/06/2021 met kenmerk 2021.044/cvb/mab/kk). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen. Op 27/07/2021 was de commissie omwille van de zorgvuldige besluitvorming genoodzaakt een nieuwe beslistermijn te stellen. De nieuwe streefdatum voor het besluit is gesteld op 23/08/2021.

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hiernavolgende adviseert de commissie u om negatief te besluiten op het verzoek van ArtEZ om de hbo Associate degree Design als bekostigde opleiding te Zwolle 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 Associate degree Design in Zwolle aanbieden. Het gaat om een Nederlandstalige hbo Associate degree in het Croho onderdeel Taal en Cultuur. De opleiding omvat 120 EC en zal in deeltijdvorm worden aangeboden.

Studenten van de hbo Ad Design leren ontwerpen met oog voor maatschappelijke trends en nieuwe ontwikkelingen in het vak. Het curriculum bestaat uit vier blokken per jaar.

Het laatste semester is gereserveerd voor afstuderen. De blokken zullen modulair worden ingericht en bestaan uit een combinatie van externe praktijkprojecten geformuleerd in samenwerking met het werkveld en interne verdiepende praktijkopdrachten. De theorievakken Filosofie en Art & Design History zijn dienend aan de praktijkopdrachten en praktisch van aard. Daarnaast dienen studenten een module te volgen die gericht is op het leren van de vereiste communicatieve vaardigheden en professionele skills.

De opleiding is toegankelijk voor studenten met een mbo-4 diploma ofwel een havo of vwo diploma. Wie geen toereikende vooropleiding heeft gevolgd en bij aanvang van de opleiding ouder is dan 21 jaar dient de toelatingstoets 21+ af te leggen.

Afgestudeerden van de hbo Ad Design worden creatieve uitvoerend ontwerpers die een ontwerp vraag verbeelden in diverse producten en/of visuele presentaties. Zij kunnen een ontwerp vraag ontwerpen en uitvoeren en deze vertalen naar verschillende middelen zowel digitaal als 2D en 3D. Afgestudeerden beheersen daarnaast zowel online als offline programma's als InDesign, Illustrator, Photoshop en 3D- en web programma's en kunnen (video)presentaties van het project voor de opdrachtgever maken. Afgestudeerden van de voorgenomen opleiding zijn werkzaam als graphic designer, grafisch ontwerper, grafisch vormgever, product stylist of visual designer.

Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie niet aan de criteria a en b in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium a

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

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design verwijst aanvrager naar ROA's arbeidsmarktinformatiesysteem AIS, een enquête onder 140 werkgevers uitgevoerd door Lexnova (voorjaar 2021), de 'BNO Branchemonitor 2021. De Nederlandse ontwerpsector 2019 in beeld en getal' van BNO (2019), het artikel 'Op Weg Naar de Meest Creatieve Economie Van Europa' van de Dutch Creative Council (2015), de webpagina's <https://creatieve-industrie.nl/de-creatieve-industrie> en <http://www.creative-council.nl/de-creatieve-industrie> van de Dutch Creative Council (geraadpleegd door aanvrager in april 2021), de 'Monitor Topsectoren' van het CBS (2018), de 'Monitor Creatieve Industrie' van Media Perspectives (2019), het trendrapport 'Communicatie, media en design' van het SBB (2021), een artikel afkomstig van LinkedIn 'Jobs on the rise' (2021), het rapport 'Arbeidsmarkt ICT met topsectoren' van Berenschot (2019), het artikel 'Welkom in de belevingswereld/ inzetten op de ultieme klantbeleving en ervaring' van Logeion ('Communicatietrends. <https://www.logeion.nl/trends-2020-2021>, Logeion, 2020), de whitepaper 'Werkmodel voor de moderne communicatiefunctie' van Berenschot (2020), de factsheet 'Sterke arbeidsmarktpositie van de creatief opgeleide!' van de Vereniging Hogescholen (2017), het artikel 'Uitdagingen en kansen voor communicatie- en reclamebureaus' van de Rabobank (2020) en ten slotte de arbeidsmarktupdate 'Grafische Industrie' van het UWV (2016).

Aanvrager acht binnen ROA's classificatie de opleidingstypes bachelor kunst en mbo-4 mediavormgeving relevant voor de aangevraagde hbo Ad Design. Aangezien de onderhavige aanvraag een Ad-opleiding betreft heeft de commissie het mbo-4 opleidingstype buiten beschouwing gelaten. De commissie is met aanvrager van mening dat binnen ROA's classificatie het opleidingstype bachelor kunst het meest relevant is voor de voorgenomen opleiding, aangezien in dit opleidingstype de identieke hbo Ad Design alsmede de aanverwante hbo Ad's Arts & Crafts, Interieurvormgever en Creative Media Professional zijn ondergebracht.

De commissie constateert dat het ROA begin juli 2021 de gegevens in AIS heeft bijgewerkt en de prognoses tot 2024 heeft vervangen door prognoses tot 2026. De commissie hanteert altijd de meest recente arbeidsmarktprognoses. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'matig' en verwacht 'vrijwel geen' knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening in 2026.

Tabel 1. Arbeidsmarktprognose opleidingstype bachelor kunst

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
>> Bachelor - kunst	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		3500	3	0.5	gemiddeld
>> Bachelor - kunst	verwachte vervangingsvraag tot 2026		15300	14	2.2	gemiddeld
>> Bachelor - kunst	verwachte baanopeningen tot 2026		18800	17	2.7	gemiddeld
>> Bachelor - kunst	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026		28900	27	4	hoog
>> Bachelor - kunst	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2026	1.11				vrijwel geen
>> Bachelor - kunst	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.11				matig

Bron: ROA AIS

De commissie acht daarnaast binnen ROA's classificatie het opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek relevant, aangezien in dit opleidingstype de aanverwante hbo Ad's Communicatie, Crossmediale Communicatie en Online Contentcreator zijn opgenomen. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie voor afgestudeerden van dit opleidingstype als 'redelijk' en verwacht 'enige' knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening in 2026.

Tabel 2. Arbeidsmarktprognose opleidingstype bachelor communicatie en journalistiek

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		2200	4	0.6	gemiddeld
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte vervangingsvraag tot 2026		12400	20	3.1	gemiddeld
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	verwachte baanopeningen tot 2026		14600	24	3.6	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	1.04				enige
>> Bachelor - communicatie en journalistiek	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.04				redelijk

Bron: ROA AIS

Aanvrager heeft tevens verwezen naar de prognoses voor de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers. Binnen de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers heeft het ROA product- en kledingontwerpers en grafisch vormgevers en multimedia vormgevers ondergebracht. De commissie acht de beroepsgroep grafisch vormgevers en multimedia vormgevers het meest representatief voor afgestudeerden van de hbo Ad Design.

De commissie is met aanvrager van mening dat de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers relevant is voor de voorgenomen hbo Ad Design, aangezien afgestudeerden voor de (meeste) beroepen binnen deze beroepsgroep in aanmerking komen. De commissie kent in beginsel meer gewicht toe aan de prognoses van het ROA die zien op het opleidingstype dan aan de prognoses van het ROA die zien op de beroepsgroepen. Daartoe overweegt de commissie dat de opleidingstypen een specifiek beeld geven van de arbeidsmarktbehoefte omdat daarin de uitstroom uit een cluster verwante opleidingen wordt gerelateerd aan verwachte baanopeningen voor dit type afgestudeerden. Het ROA verwacht voor de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers 'vrijwel geen' knelpunten in 2026.

Tabel 3. Arbeidsmarktprognose beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		-1300	-2	-0.4	laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte vervangingsvraag tot 2026		3300	5	0.9	erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte baanopeningen tot 2026		3300	5	0.9	erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.916				vrijwel geen

Bron: ROA AIS

De commissie concludeert dat uit ROA's prognose voor de relevante opleidingstypen en de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers een vrij negatief beeld van de toekomstige arbeidsmarkt voor afgestudeerden van de hbo Ad Design naar voren komt.

Aanvrager doet voorts een beroep op een door onderzoeksbureau Lexnova uitgevoerde online enquête onder potentiële werkgevers. Onder deze doelgroep is gemeten hoe groot de belangstelling voor afgestudeerden van de hbo Ad Design is en wat de werkgevers van de opzet en inhoud van de opleiding vinden. De voornaamste onderzoeksvraag luidde als volgt: 'Hoe groot is het arbeidsmarktpotentieel voor de hbo Ad Design volgens werkgevers?' Er hebben 140 werkgevers meegewerkt aan het onderzoek. Van de werkgevers is 70% werkzaam bij een bureau (ontwerp-, communicatie-, tentoonstellings- of evenementenbureau) en 30% werkt bij een grotere organisatie met een communicatieafdeling. In overleg met aanvrager zijn alleen organisaties gevestigd in de provincies Drenthe, Flevoland, Friesland, Gelderland, Groningen, Noord-Holland, Overijssel, Utrecht en Zuid-Holland benaderd. Voor deze organisaties geldt een grootte van 5 medewerkers of meer voor bureaus (ontwerp, communicatie-, tentoonstelling- en evenementenbureaus) en 20 medewerkers of meer voor grotere organisaties met een communicatieafdeling. In het onderzoek zijn alleen werkgevers meegenomen die grafisch ontwerpers of vormgevers in dienst hebben of daar in de toekomst ruimte voor willen gaan creëren en daarnaast direct leiding geven aan andere mensen of die een (adviserende) rol spelen bij het aannemen van nieuw personeel. De meeste werkgevers zijn directeur of eigenaar (75%) of werkzaam in het middelmanagement (11%). Er is per organisatie één persoon aangeschreven. Er hebben 140 werkgevers meegewerkt aan het onderzoek. Niet alle respondenten hebben alle vragen beantwoord. Er is derhalve per vraag aangegeven wat de respons is (de n). Op de vraag wat de eerste indruk van werkgevers is van het opleidingsprofiel van de voorgenomen opleiding antwoordt 95% de hbo Ad Design (zeer) aansprekend te vinden. Er wordt overwegend positief gereageerd op de vraag naar behoefte aan medewerkers die een hbo Ad Design hebben gevolgd. Zo'n 57% van de werkgevers is het (helemaal) eens met de stelling dat er in het werkveld behoefte is aan medewerkers die de Ad hebben gevolgd.

Bijna 5% ziet geen behoefte in het werkveld aan afgestudeerden met deze opleiding, 34% is neutraal en 4% geeft aan het niet te weten. Werkgevers werkzaam bij bureaus zijn het significant vaker geheel eens met de stelling dat er behoefte is in het werkveld aan medewerkers die de hbo Ad Design hebben gevolgd dan werkgevers werkzaam bij grotere organisaties met een communicatieafdeling. Het onderzoek is uitgevoerd tijdens de lockdownperiode van de coronacrisis in maart en april 2021. Lexnova heeft om die reden bij de vragen over de behoefte aan afgestudeerden van de aangevraagde opleiding twee door het CPB opgestelde scenario's voorgelegd aan de respondenten. Scenario 1: de economie groeit weer, maar blijft onder het niveau van 2019 en scenario 2: het bruto binnenlands product daalt verder door nieuwe grote lockdown(s). Een deel van de werkgevers geeft voor scenario 1 aan behoefte te hebben aan nieuwe medewerkers met een afgeronde hbo Ad Design: 22% van de werkgevers geeft aan hier zeker behoefte aan te hebben. Daarnaast geeft 50% aan mogelijk nieuwe medewerkers nodig te hebben in de komende twee jaar. In absolute aantallen is door 31 werkgevers aangegeven dat zij zeker behoefte hebben aan gediplomeerden van de voorgenomen opleiding voor scenario 1 en door 70 werkgevers misschien. Voor scenario 2 gaat het om 14% (n=19) zeker en 33% (n=46) misschien. In scenario 1 valt op dat werkgevers werkzaam bij bureaus relatief vaker zeker behoefte hebben aan nieuwe medewerkers (26% vs. 14%). De werkgevers die aangeven (zeker of misschien) behoefte te hebben aan nieuwe medewerkers in de komende twee jaar is vervolgens gevraagd om een minimum en een maximum aantal medewerkers te noemen die zij verwachten aan te nemen in de komende twee jaar. In zowel scenario 1 als 2 noemen de meeste werkgevers 1 nieuwe medewerker als minimum. Voor scenario 1 noemen de meeste werkgevers 2 medewerkers als maximum en voor scenario 2 wordt 1 nieuwe medewerker het vaakst genoemd. In absolute aantallen is door 31 werkgevers aangegeven dat zij in scenario 1 zeker behoefte hebben aan vaste medewerkers met een hbo Ad Design in de komende twee jaar. Zij geven aan in totaal minimaal 43 medewerkers nodig te hebben en maximaal 78 in de komende 2 jaar. In scenario 2 gaat het om 19 werkgevers die zeker behoefte hebben met een totaal minimum van 23 medewerkers en een totaal maximum van 47 medewerkers in de komende twee jaar. De hbo Ad Design zal in deeltijd worden aangeboden. Aan werkgevers is dan ook gevraagd naar de behoefte aan bij- of opscholing van zittende medewerkers. 3% van de werkgevers geeft aan hier zeker behoefte te hebben en 27% geeft aan mogelijk behoefte te hebben aan het bij- of opscholen van huidige medewerkers. In absolute aantallen is door 4 werkgevers aangegeven dat zij zeker behoefte hebben aan het bij- of opscholen van medewerkers met deze opleiding en door 38 werkgevers misschien. In absolute aantallen is door 4 van de 140 werkgevers aangegeven dat zij zeker behoefte hebben aan het bij- of opscholen van zittende medewerkers met de hbo Ad Design. Zij geven aan per jaar in totaal minimaal 5 medewerkers te willen op- of bijscholen en maximaal 9. In totaal geven 42 van de 140 werkgevers aan zeker of misschien behoefte te hebben aan het bij- of opscholen van huidige medewerkers. Zij geven aan minimaal 45 tot maximaal 79 medewerkers per jaar op- of bij te willen scholen met de voorgenomen opleiding. Aanvrager is van mening dat uit het werkgeversonderzoek een arbeidsmarktbehoefte aan en een opscholingsbehoefte van afgestudeerden van de hbo Ad Design volgt. De commissie concludeert dat op grond van de werkgeversenquête een geringe arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding blijkt. Aangezien slechts 4 van de 140 werkgevers hebben aangegeven zeker een behoefte te hebben aan opscholing van zittende medewerkers is de commissie van mening dat de opscholingsbehoefte niet is aangetoond.

Aanvrager verwijst daarnaast naar de 'BNO Branchemonitor 2021. De Nederlandse ontwerpsector 2019 in beeld en getal' van de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO). Uit deze Branchemonitor blijkt volgens aanvrager dat de ontwerpsector in 2019 nog fors groeide qua omzet voor zzp'ers en starters.

Op de vraag of de coronacrisis effect heeft (gehad) op de deelnemers aan de Branchemonitor geeft 55% van de deelnemers aan geen veranderingen in personeelsbeleid ondernomen te hebben en 70% van de deelnemers geeft aan geen veranderingen in uurtarief te hebben doorgevoerd door de coronamaatregelen. Voor 2021 verwacht 41% van de deelnemers weer omzetgroei. Aanvrager stelt dat uit de Branchemonitor volgt dat de top 3 opdrachtgevers voor de ontwerpsector in 2019 de zakelijke en financiële dienstverlening, de industrie en bouwnijverheid en de horeca, sport en recreatie waren (pp. 3, 12, 13). Aanvrager verwijst vervolgens naar de verwachte uitbreidingsvraag tot 2024 voor de hierboven genoemde bedrijfssectoren van ROA en stelt dat de uitbreidingsvraag tot 2024 van de relevante sectoren zowel landelijk als regionaal een redelijk positief beeld laten zien. Aanvrager is van mening dat dit een indicatie vormt voor de ontwerp opdrachten die de ontwerpsector van deze sectoren zal mogen verwachten. De commissie constateert dat het ROA begin juli 2021 de gegevens in AIS heeft bijgewerkt en de prognoses tot 2024 heeft vervangen door prognoses tot 2026. De commissie hanteert altijd de meest actuele gegevens en stelt vast dat de verwachte uitbreidingsvraag tot 2026 voor de relevante bedrijfssectoren een vrij negatief beeld laat zien. Zo wordt de uitbreidingsvraag voor de bedrijfssector cultuur, sport en recreatie getypeerd als 'erg laag' en wordt een gemiddelde jaarlijkse vraag van -1,2% geprognosticeerd. De prognoses voor de overige bedrijfssectoren worden gekwalificeerd als 'laag' tot 'gemiddeld' met uitzondering van de bedrijfssector horeca, waar de uitbreidingsvraag tot 2026 met een gemiddelde jaarlijkse uitbreidingsvraag van 1,2% wordt getypeerd als 'hoog'. De commissie is van mening dat uit de 'BNO Branchemonitor 2021' en de ROA prognoses voor bedrijfssectoren niet volgt dat een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design bestaat.

Aanvrager doet verder een beroep op een aantal bronnen die het belang van de creatieve industrie onderstrepen. De creatieve industrie is in 2011 tot Topsector - een door de rijksoverheid vastgesteld prioritair gebied - benoemd ('Op Weg Naar de Meest Creatieve Economie Van Europa' van de Dutch Creative Council (2015), <http://www.creative-council.nl/actueel/detail/op-weg-naar-de-meest-creatieve-economie-van-europa>). Aanvrager beschrijft dat de creatieve industrie is onder te verdelen in vier subsectoren: kunst (o.a. podiumkunsten en scheppende kunst), cultureel erfgoed (o.a. musea en monumentenzorg), media en entertainmentindustrie (o.a. televisie- en radio-omroepen, platen- en filmmaatschappijen en gameontwikkelaars) en creatieve zakelijke dienstverlening (o.a. (mode)ontwerpers, architecten en reclamebureaus). Afgestudeerden van de voorgenomen opleiding behoren volgens aanvrager met name tot de laatste categorie. Aanvrager stelt dat de creatieve industrie enerzijds een sector op zichzelf is en anderzijds een sector is die aanjager is van andere sectoren zoals de overheid, zorg, onderwijs, bedrijfsleven, etc. ('embedded creativity'). De creatieve sector heeft daarmee volgens aanvrager een sectoroverstijgend belang voor innovatie en economie in Nederland, ook ten aanzien van maatschappelijke vraagstukken (zie <https://creatieve-industrie.nl/de-creatieve-industrie>). Aanvrager geeft als voorbeeld graphic designers die een ontwerpende rol spelen bij het opzetten van vaccinatiecampagnes en de bewegwijzering van test- en vaccinatiecampagnes. Uit de 'Monitor Topsectoren' (2018, p. 18) van het CBS blijkt volgens aanvrager dat de creatieve industrie al jaren één van de snelst groeiende sectoren van de Nederlandse economie is. Design is de sterkst groeiende bedrijfstak binnen de creatieve industrie met een groei van ruim 12.000 banen in de jaren 2015-2018. Dat is een gemiddelde groei van 16 procent per jaar (<https://creatieve-industrie.nl/de-creatieve-industrie>). Aanvrager stelt dat de creatieve industrie al jaren groei vertoont (Dutch Creative Council, <http://www.creative-council.nl/de-creatieve-industrie>, geraadpleegd door aanvrager in april 2021). Uit de 'Monitor Creatieve Industrie' van Media Perspectives (2019) volgt dat de creatieve industrie 1,8% per jaar bijdraagt aan het BNP. Kleinschaligheid is een kenmerk van de creatieve industrie. Met vier procent van de banen is de sector verantwoordelijk voor 11,3 procent van de bedrijfsvestigingen. In de periode 2015-2018 is het aantal banen in de creatieve industrie gegroeid met 3,4% per jaar. Aanvrager stelt dat dit twee keer zoveel is als de gemiddelde groei van de totale landelijke economie over dezelfde periode.

Aanvrager geeft verder aan dat vanuit de sterkste groei zich voordoet in de designsector met een groei van ruim 12 duizend banen in de jaren 2015-2018, goed voor 16% groei. Design is daarmee de sterkst groeiende bedrijfstak binnen de creatieve industrie, aldus aanvrager ('Monitor Creatieve Industrie', p. 5, 6, 7, 9, 25, 26). Uit het trendrapport 'Communicatie, media en design' van het SBB (2021, zie <https://trendrapport.s-bb.nl/ictci/samenvatting-cmd>) blijkt volgens aanvrager dat de creatieve industrie al langere tijd een sterke voorloper is van een flexibele arbeidsmarkt. De afgelopen tien jaar is het aantal bedrijven met een flexibele schil van tijdelijk inzetbaar personeel sterk gegroeid en is ook het aantal mensen met een flexibele baan sterk toegenomen. Ook het aandeel van zzp'ers in de totale werkgelegenheid binnen de creatieve industrie is in de afgelopen jaren sterk toegenomen. Aanvrager stelt dat dit beeld wordt bevestigd door een artikel afkomstig van LinkedIn ('Jobs on the rise', zie <https://business.linkedin.com/nl-nl/talent-solutions/resources/talent-acquisition/jobs-on-the-rise-cont-fact>), waarin 10 beroepen worden genoemd waaraan in 2020 een grote behoefte bestond. Aanvrager stelt dat de freelancer creatieve content in dit artikel op plaats 7 staat. Er staan op het moment van publicatie van het artikel volgens aanvrager meer dan 5000 vacatures voor grafische ontwerpers op LinkedIn. De commissie concludeert dat de geciteerde bronnen hoofdzakelijk een beschrijving geven van de kenmerken van de creatieve sector, maar geen beschrijving geven van het aantal huidige of toekomstige baanopeningen waar afgestudeerden van de Ad Design voor in aanmerking zouden kunnen komen. Bovendien is het zo dat de creatieve sector een brede sector is: afgestudeerden van de voorgenomen opleiding komen niet voor alle banen in aanmerking. De commissie is derhalve van mening dat de door aanvrager aangehaalde bronnen geen blijk geven van een specifieke arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design.

Aanvrager beschrijft verder dat de digitalisering van de samenleving een trend is die van grote invloed is op het vakgebied design. Uit het eerder genoemde trendrapport 'Communicatie, media en design' van SBB (2021) blijkt volgens aanvrager dat digitalisering een groeiende invloed heeft op mediavormgeving. Het rapport beschrijft dat vaardigheden als out-of-the-box kunnen denken, kennis van de doelgroep, meer IT gerelateerde skills en werken onder druk door de toenemende digitalisering steeds belangrijker worden. Aanvrager is van mening dat de hbo Ad Design creatieve professionals opleidt die gebruik kunnen maken van de vele nieuwe mogelijkheden van digitale technologie en hiermee de noodzakelijke veranderingen in de creatieve sector mede kunnen vormgeven. Aanvrager betoogt verder dat de disruptieve impact van nieuwe technologische ontwikkelingen in vele sectoren leidt tot verlies van werkgelegenheid, maar dat binnen de creatieve sector juist sprake is van groei. Aanvrager stelt daarnaast dat uit het rapport 'Arbeidsmarkt ICT met topsectoren' van Berenschot (2019, pp. 8 en 31) volgt dat in de gehele arbeidsmarkt sprake is van een toenemende vraag naar specifieke vaardigheden, met name op het gebied van creativiteit, samenwerking, communicatie en computational thinking'. Aanvrager is van mening dat de voorgenomen opleiding inspeelt op de beschreven behoefte aan creatieve en communicatieve vaardigheden. De commissie is van oordeel dat de vaardigheden die in het trendrapport 'Communicatie, media en design' van SBB en het rapport 'Arbeidsmarkt ICT met topsectoren' van Berenschot worden beschreven aansluiten bij de vaardigheden zoals omschreven in het opleidingsprofiel van de hbo Ad Design.

Aanvrager beschrijft dat de recent door Logeion, de Nederlands beroepsorganisatie voor communicatieprofessionals, omschreven communicatietrend 'Welkom in de belevingswereld/ inzetten op de ultieme klantbeleving en ervaring' van toepassing is op het beroepsprofiel behorende bij de voorgenomen opleiding ('Communicatietrends. <https://www.logeion.nl/trends-2020-2021>, Logeion, 2020). Om de beschreven ultieme klantbeleving te kunnen bieden zijn volgens aanvrager professionals met de discipline 'design thinking' vereist, oftewel professionals die graphics en designs afgestemd op de juiste doelgroep kunnen ontwerpen. Aanvrager betoogt dat de aangevraagde opleiding professionals opleidt die over deze discipline beschikken. Uit de whitepaper 'Werkmodel voor de moderne communicatiefunctie' van Berenschot (2020, p. 3) blijkt dat de positie van de communicatieafdeling de afgelopen jaren verder is versterkt.

De communicatie expert is verantwoordelijk voor kerntaken zoals het ontwikkelen van aansprekende content. Deze professional dient creatief te zijn en buiten de gebaande paden durven te treden (p. 3). Aanvrager is van mening dat deze ontwikkelingen met zich meebrengen dat creatieve professionals nu over een hoger werk- en denkniveau moeten beschikken dan voorheen en daarmee een indicatie geven van de behoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design. De commissie constateert dat de conclusie van aanvrager dat creatieve professionals over een hoger opleidingsniveau dienen te beschikken dan voorheen niet direct uit de aangehaalde bronnen blijkt. Daarnaast is het zo dat afgestudeerden van de hbo Ad Design veel meer op vormgeving zijn gericht dan op het ontwikkelen van content zoals communicatieprofessionals doen. De commissie is van mening dat uit de beschreven bronnen geen behoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen hbo Ad Design volgt.

Aanvrager beschrijft voorts dat de Vereniging Hogescholen (VH) in 2017 onderzoek heeft verricht naar de arbeidsmarktpositie van creatief opgeleiden (factsheet 'Sterke arbeidsmarktpositie van de creatief opgeleide', 2017, p. 1-3). Op grond van deze factsheet blijkt dat de werkloosheid in 2016 na het volgen van hbo onderwijs op het gebied van kunst 3.1% bedroeg. Eerder in 2015 was dit 3.6%. Aanvrager stelt dat de arbeidsmarktpositie van hbo afgestudeerden van kunstopleidingen verbeterd is. De commissie is van mening dat de informatie afkomstig van de factsheet niet actueel is en dat om deze reden uit deze bron niet kan worden afgeleid dat de huidige arbeidsmarktpositie van afgestudeerden van hbo opleidingen in de kunst gunstig is. Aanvrager verwijst verder naar een recente update van de Rabobank, waarin wordt gesteld dat communicatie- en reclamebureaus een lichte groei verwachten in mediabestedingen, met name online ('Uitdagingen en kansen voor communicatie- en reclamebureaus', 2020). Dit is volgens aanvrager een indicatie van een behoefte aan professionele graphic designers. De commissie is van mening dat uit deze bron geen specifieke arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding blijkt.

Aanvrager doet tevens een beroep op de arbeidsmarktupdate 'Grafische Industrie' van het UWV (2016, p. 2). Uit deze bron blijkt volgens aanvrager dat na jarenlange daling van de werkgelegenheid de werkgelegenheid in de eerste drie kwartalen van 2015 weer toenam met 1500 vacatures. Deze vacatures betreffen hoofdzakelijk een vervangingsvraag van grafische vakkrachten en grafisch productiepersoneel. Aanvrager stelt dat de hbo Ad Design is gelieerd aan de grafische industrie. De grafische industrie is volgens aanvrager echter meer een maakindustrie waar mbo-4 opgeleide grafisch vormgevers werken en de hbo Ad Design gaat meer in op het vormgeven van een creatief ontwerp. De commissie is van oordeel dat uit de arbeidsmarktupdate 'Grafische Industrie' van het UWV geen arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design volgt.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat aanvrager niet heeft aangetoond dat een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design bestaat. De commissie overweegt hierbij dat de ROA prognoses tot 2026 voor de opleidingstypes bachelor kunst en bachelor communicatie en journalistiek een negatief beeld laten zien. Uit de werkgeversenquête uitgevoerd door Lexnova volgt weliswaar een geringe arbeidsmarktbehoefte, maar de opscholingsbehoefte - die in het bijzonder van belang is voor een opleiding die in deeltijdvorm zal worden aangeboden - is niet aangetoond. De andere aangevoerde bronnen geven evenmin blijk van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo Ad Design.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Ter onderbouwing van de maatschappelijke behoefte verwijst aanvrager onder meer naar de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 'Houdbaar voor de Toekomst' van het Ministerie van OCW (2019), de Strategische Agenda 'Professionals voor morgen 2019-2024' van de Vereniging Hogescholen (2019), het rapport 'Klaar voor de Groei? Monitor Uitrol Associate degree' van SEO in opdracht van het Ministerie van OCW (2015) alsmede het rapport 'Ad-opleidingen. Omvang en Rendement' van ROA (2019).

De Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 'Houdbaar voor de Toekomst' (p. 48), de 'Strategische Agenda 'Professionals voor Morgen' (p. 10) en het rapport 'Klaar voor de groei?' (pp. 15, 80) onderstrepen het belang van Ad opleidingen en de wens het aanbod van Associate degrees uit te breiden. Functies op mbo-niveau worden complexer, mbo-diploma's minder waard en de behoefte aan hoger opgeleiden daarmee groter. Aanvrager leidt daarnaast uit het ROA-rapport 'Ad-opleidingen: omvang en rendement' af dat de populariteit van de Associate degree bij mbo-4 gediplomeerden een aanwijzing vormt dat de aansluiting van mbo-4 op het hoger onderwijs verbeterd is (pp. 13, 41). De korte duur van de Ad en de mogelijkheid om na de Ad door te stromen naar een bacheloropleiding vormt volgens aanvrager een belangrijke bevorderende factor. De commissie is van mening dat uit de genoemde bronnen een algemene behoefte aan Associate degree opleidingen blijkt.

Op grond van het bovenstaande concludeert de commissie dat aanvrager een maatschappelijke behoefte aan de hbo Associate degree Design aannemelijk heeft gemaakt.

De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke behoefte. Aanvrager heeft de arbeidsmarktbehoefte echter niet aangetoond of aannemelijk gemaakt. De aanvraag voldoet niet aan criterium a in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium b

Vanaf 23/06/2021 is op de website van de CDHO kennisgegeven van het voornemen van ArtEZ om de hbo Associate degree Design in Zwolle 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 hbo Ad Design is volgens aanvrager een opleiding op het snijvlak van kunst, ontwerp en creativiteit. Aanvrager betoogt dat er geen verwante deeltijdopleidingen zijn en beschouwt de voltijd hbo Ad Design van de Hogeschool van de Kunsten (HKU) te Utrecht als het meest verwant. De hbo Ad Design van de HKU kent twee afstudeerrichtingen: Connected Space (CS) en Digital Media (DM). De richting CS leidt vooral op voor een ruimtelijke ontwerprol en de richting DM voor een digitale ontwerprol om mediale producten te ontwerpen. Aanvrager beschouwt de afstudeerrichting Digital Media als het meest verwant aan de voorgenomen hbo Ad Design. Het verschil bestaat hieruit dat afgestudeerden van de aangevraagde hbo Ad Design zowel digitaal als fysiek kan ontwerpen. De afstudeerrichting DM is uitsluitend gericht op digitale technieken. Aanvrager betoogt dat de hbo Ad Design van de Hogeschool van de Kunsten geen regionale concurrent voor de beoogde opleiding is, aangezien deze opleiding in Utrecht is gevestigd. Daarnaast is aanvrager van mening dat de hbo Ad Arts & Crafts van de Hogeschool Rotterdam als aanverwant dient te worden beschouwd. Het betreft een voltijdopleiding die inhoudelijk van de voorgenomen opleiding verschilt, omdat deze opleiding gericht is op het vormgeven van objecten als interieurs, sieraden, verpakkingen etc. De hbo Ad Design is gericht op het vormgeven van een grafisch ontwerp, veelal voor een groter publiek. Aanvrager heeft tevens een overzicht geleverd van opleidingen die weliswaar op enige wijze gericht zijn op kunst, ontwerp en creativiteit, maar die aanvrager niet als verwant of aanverwant aan de voorgenomen opleiding beschouwd. Het betreft de eigen hbo Ad Interieurvormgever (net als de twee als (aan)verwant beschouwde opleidingen ingedeeld in het Croho onderdeel taal en cultuur) en de in het Croho onderdeel economie ingedeelde hbo Ad's Communicatie (Avans Hogeschool), Crossmediale Communicatie (Hogeschool Rotterdam, InHolland), Online Contentcreator (NHL Stenden Hogeschool), Creative Mediaprofessional (NHL Stenden Hogeschool) en de nog niet gestarte hbo Ad's Smart Media Production (Hogeschool van Amsterdam) en Online Contentcreator (Hogeschool Utrecht). Alle opleidingen worden in voltijdvorm aangeboden. De hbo Ad Communicatie wordt zowel in voltijd als in deeltijd aangeboden.

De commissie is van mening dat van de genoemde opleidingen alleen de hbo Ad Design van de HKU als verwant dient te worden beschouwd. De overige opleidingen acht de commissie

aanverwant omdat zij weliswaar raakvlakken vertonen met de voorgenomen opleiding, maar dat zij ofwel een andere instroomgroep bedienen, ofwel hun studenten voor andere beroepen opleiden, ofwel dat hun programma's niet substantieel overlappen met de voorgenomen opleiding.

Aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen. De instroom in de aanverwante onbekostigde hbo Ad Media Design van LOI Hogeschool is niet bekend. De commissie heeft bij de beoordeling van de aanvraag dan ook geen rekening kunnen houden met de belangen van deze opleiding. De instroom in het (aan)verwante bekostigde onderwijsaanbod groeide in de afgelopen jaren. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de verwante hbo Ad Design in voltijdvorm wordt aangeboden en in die zin een andere doelgroep aanspreekt. De hbo Ad's Communicatie en Crossmediale Communicatie worden zowel in voltijd als in deeltijd aangeboden. Deze opleidingen zijn echter slechts als aanverwant aan de voorgenomen opleiding te beschouwen, omdat de studieprogramma's inhoudelijk substantieel van elkaar verschillen en studenten voor andere beroepen worden opgeleid.

Tabel 4. Instroom in verwante bekostigde opleidingen

Opleiding	Instelling	'15-'16		'16-'17		'17-'18		'18-'19		'19-'20		'20-'21	
		vt	dt	vt	dt	vt	dt	vt	dt	vt	dt	vt	dt
Ad Design (80144)	Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (00MF), Utrecht							31		29		40	
Ad Arts & Crafts (80078)	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	51		55		44		52		43		49	
Ad Communicatie (80139)	Avans Hogeschool (07GR), 's-Hertogenbosch							67		94		103	17
	Avans Hogeschool (07GR), Breda									52		27	13
Ad Creative Media Professional (80151)	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden							8		34		32	
Ad Crossmediale Communicatie (80035)	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), 's-Gravenhage	31		50		51		47		46		49	
	Hogeschool INHOLLAND (27PZ), Diemen	60	0	64		54		55		66		66	
	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	112		140	21	148	18	172	37	157	34	214	26
Ad Interieurvormgever (80021)	ArtEZ (27NF), Zwolle	13		10		15		13		12		11	
Ad Online Contentcreator (80150)	NHL Stenden Hogeschool (31FR), Leeuwarden							12		53		79	
Eerstejaarsinstroom	Totaal	267	0	319	21	312	18	457	89	534	61	643	56

Bron: DUO

Aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van eigen onderzoek gebaseerd op de instroom in de voltijdopleiding van de Hogeschool Utrecht. Aanvrager verwacht dat in het eerste jaar 15 studenten zullen instromen, oplopend naar 20 studenten in het studiejaar 2026/2027.

De commissie acht deze prognose realistisch, gelet op de instroom in (aan)verwante hbo Ad's.

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

Vestiging van de opleiding in Zwolle 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 Design 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 naamkeuze 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 Associate degree Design in het Croho onderdeel Taal en Cultuur 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



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.