



Ontvangen: 2-8-2023

2023/038++vt

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Saxion Hogeschool
T.a.v. het College van Bestuur
Postbus 70000
7500 KB ENSCHEDE

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

Onze referentie
40003182

Bijlagen
1

Datum 21 juli 2023
Betreft Besluit macrodoelmatigheid hbo associate degree-opleiding Interior
Brand Identity

*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 9 mei 2023, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 12 mei 2023, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de hbo associate degree-opleiding Interior Brand Identity als bekostigde opleiding te verzorgen in Deventer.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 10 juli 2023, kenmerk 2023/038, positief geadviseerd over uw aanvraag. Dit advies, dat integraal deel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

Besluit

Gelet op het bovengenoemd advies van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs (hierna: Regeling), heb ik besloten in te stemmen met uw voornemen om de hbo associate degree-opleiding Interior Brand Identity als bekostigde opleiding te verzorgen in Deventer. Met toepassing van artikel 6.2, derde lid, van de WHW, beperk ik mijn instemming tot de voltijdvariant.

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, voldoet aan de criteria a en b van artikel 4, eerste lid, van de Regeling. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het genoemde advies van de CDHO.

Croho-procedure

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 het Croho. 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 a-Croho. Mocht u vragen hebben over de registratie, dan kunt u contact opnemen met ssg@duo.nl.

Onze referentie
40003182

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,

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>
Nieuwe opleiding Saxion Hogeschool Voltijd hbo Associate degree Interior Brand Identity Deventer	2023/038	10/07/2023

Geachte heer Dijkgraaf,

Op 12/05/2023 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van Saxion Hogeschool om de hbo Associate degree Interior Brand Identity als bekostigde opleiding te verzorgen te Deventer (brief van 09/05/2023 zonder kenmerk). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen. De commissie heeft omwille van de zorgvuldige besluitvorming op 26/06/2023 de beslistermijn verlengd tot 24/07/2023.

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hiernavolgende adviseert de commissie u om positief te besluiten op het verzoek van Saxion Hogeschool om de hbo Associate degree Interior Brand Identity als bekostigde opleiding te Deventer te verzorgen. De commissie adviseert daarbij de toestemming te beperken tot de voltijdvariant op grond van art. 6.2 lid 3 van de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW).

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in art. 6.2 van de 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 wil de hbo Associate degree (hierna ook: Ad) Interior Brand Identity in Deventer vestigen. Het gaat om een Nederlandstalige opleiding die de aanvrager in het Croho onderdeel Taal en Cultuur wil laten registreren. De voorgenomen opleiding omvat 120 studiepunten en de

aanvrager wil deze in voltijdvorm aanbieden. De opleiding is opgebouwd aan de hand van vijf doorlopende leerlijnen: Technology, Business, Culture, Reasoning en Creativity. Afgestudeerden zijn in staat om een merkidentiteit (brand identity) te vertalen naar een ruimtelijk ontwerp waarbij het interieur niet alleen de huisstijl van het bedrijf reflecteert maar ook de waarden die de organisatie vertegenwoordigt (zoals service, duurzaamheid of kwaliteit). De opleiding is toegankelijk voor studenten met een mbo-4-, havo- of vwo-diploma (zonder nadere eisen aan opleidingsrichting of vakkenpakket).

Afgestudeerden van de opleiding kunnen volgens de aanvrager onder andere aan het werk als visual merchandiser, interieur & brand identity vormgever, interieurstylist, visueel vormgever, assistent architectural design, visualisatiespecialist 4D en zelfstandig ondernemer.

Motivering

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

Beoordeling criterium a

De aanvrager stelt dat de hbo Associate degree Interior Brand Identity aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte aan de Ad Interior Brand Identity (hierna ook: Ad IBI) verwijst de aanvrager naar verschillende prognoses in ROA's Arbeidsmarkt Informatie Systeem (AIS), de Spanningsindicator van het UWV

(www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator), de 'Vacatureanalyse ter ondersteuning van doelmatigheidsontwikkeling Associate degree Interior Styling Saxion University of Applied Sciences' die het NIDAP in opdracht van de aanvrager heeft uitgevoerd (2023), de 'Sectoragenda HBO kunstonderwijs 2021-2025' van de Vereniging Hogescholen (2021), het rapport 'Veerkracht. Kennis- en innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2020-2023' van CLICKNL (2020), de website van de Cultuurmonitor

(www.cultuurmonitor.nl/domein/design), de 'Roadmap Human Capital Topsectoren 2020-2023' van de Topsectoren (2020) en het 'Doelmatigheidsonderzoek voor een voltijd Associate degreeopleiding Interior Brand Identity Saxion' van Tien Organisatieadvies (2023).

De aanvrager beschouwt het opleidingstype bachelor kunst in het AIS van het ROA als het meest relevant voor de beoogde opleiding, maar plaatst hierbij de kanttekening dat er ook veel niet-gerelateerde opleidingen in dit opleidingstype zijn ondergebracht. De commissie acht met de aanvrager dit opleidingstype slechts ten dele relevant, omdat hierin naast de sterk verwante Ad's Interieurvormgever en Design en de aanverwante Ad Arts & Crafts ook veel nauwelijks en niet-gerelateerde opleidingen zijn ondergebracht. Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026 als 'matig' en verwacht vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening (zie Tabel 1).

Tabel 1. Arbeidsmarktprognoses opleidingstype bachelor kunst

Opleidingstype	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
> > Bachelor - kunst	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		7300	7		1.1 gemiddeld
> > Bachelor - kunst	verwachte vervangingsvraag tot 2026		15300	14		2.2 gemiddeld
> > Bachelor - kunst	verwachte baanopeningen tot 2026		22600	21		3.2 gemiddeld
> > Bachelor - kunst	verwachte instroom van schoolverlaters tot 2026		28900	27		4 hoog
> > Bachelor - kunst	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2026	1.08				vrijwel geen
> > Bachelor - kunst	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2026	1.08				matig

Bron: ROA, AIS

De aanvrager betoogt dat in ROA's indeling vier beroepsgroepen relevant zijn, te weten fotografen en interieurontwerpers, beeldend kunstenaars, uitvoerend kunstenaars en grafisch vormgevers en productontwerpers. 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 van mening dat de beroepsgroep beeldend kunstenaars onvoldoende relevant is omdat de beoogde Ad niet opleidt tot deze beroepsgroep. Het feit dat ook in de beoogde Ad creatieve competenties worden gedoceerd doet daar niet aan af. De commissie is voorts van mening dat de beroepsgroep uitvoerend kunstenaars niet relevant is aangezien de beoogde Ad geen uitvoerend kunstenaars (zoals dansers en musici) opleidt. De commissie laat de prognoses voor de beroepsgroepen beeldend kunstenaars en uitvoerend kunstenaars dan ook buiten beschouwing.

De commissie is met de aanvrager van mening dat de beroepsgroep fotografen en interieurontwerpers ten dele relevant is voor de beoogde opleiding, aangezien afgestudeerden van de Ad IBI in aanmerking komen voor een deel van de beroepen in deze beroepsgroep (interieurontwerpers en decorateurs). Het ROA verwacht enige knelpunten in deze beroepsgroep in 2026 (zie Tabel 2).

Tabel 2. Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep fotografen en interieurontwerpers

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Fotografen en interieurontwerpers	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		2300	9		1.5 hoog
Fotografen en interieurontwerpers	verwachte vervangingsvraag tot 2026		5500	22		3.3 hoog
Fotografen en interieurontwerpers	verwachte baanopeningen tot 2026		7800	31		4.6 hoog
Fotografen en interieurontwerpers	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.891				enige

Bron: ROA, AIS

De commissie is voorts met de aanvrager van mening dat de beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers ten dele relevant is voor de beoogde opleiding, aangezien afgestudeerden van

de Ad IBI in aanmerking komen voor een deel van de beroepen in deze beroepsgroep (grafisch vormgevers en multimedia vormgevers). Het ROA verwacht enige knelpunten in deze beroepsgroep in 2026 (zie Tabel 3).

Tabel 3. Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep grafisch vormgevers en productontwerpers

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator Aantal	Totaal % 6 jr.	Gem. jaarlijks %	Typering
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	1800	3		0.5 gemiddeld
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte vervangingsvraag tot 2026	3300	5		0.9 erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	verwachte baanopeningen tot 2026	5100	8		1.3 erg laag
Grafisch vormgevers en productontwerpers	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.889			enige

Bron: ROA, AIS

De commissie concludeert dat de prognoses van het ROA voor het ten dele relevante opleidingstype en de ten dele relevante beroepsgroepen een negatief beeld geven van de arbeidsmarktbehoefte aan dit type afgestudeerden.

De aanvrager schetst onder verwijzing naar de 'Sectoragenda HBO kunstonderwijs 2021-2025' van de Vereniging Hogescholen (2021, p. 18), het rapport 'Veerkracht. Kennis- en innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2020-2023' van CLICKNL (2020, pp. 15, 32 en 64) en de 'Roadmap Human Capital Topsectoren 2020-2023' van de Topsectoren (p. 11) dat er in de arbeidsmarkt in brede zin steeds meer behoefte is aan werknemers die beschikken over de kennis en vaardigheden die in kunstvakopleidingen worden onderwezen, zoals creativiteit, het inzetten van (visuele) techniek om een boodschap over te brengen en het vermogen om toekomstscenario's te verbeelden. De commissie onderkent dat deze beweging in deze bronnen wordt gesignaleerd en dat afgestudeerden van de beoogde Ad creatieve professionals zijn die in staat zijn om interieurconcepten te visualiseren. Deze bronnen bieden daarmee een indicatie van een kwalitatieve arbeidsmarktbehoefte.

Vervolgens geeft de aanvrager onder verwijzing naar de website van de Cultuurmonitor (www.cultuurmonitor.nl) aan dat inclusief ontwerp steeds belangrijker wordt. De aanvrager geeft echter niet aan in hoeverre de beoogde opleiding aandacht besteedt aan inclusief ontwerp of waarom deze ontwikkeling blij zou geven van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad.

De aanvrager doet verder een beroep op de landelijke en regionale (Achterhoek, Stedendriehoek en Noordwest Veluwe en Twente) Spanningsindicator van het UWV (www.werk.nl) voor de beroepsklasse creatieve en taalkundige beroepen. De commissie weegt de perspectieven van de beroepsgroepen binnen beroepsklassen om een zo nauwkeurig mogelijk beeld te geven van de arbeidsmarktbehoefte aan verschillende types afgestudeerden. De commissie merkt daarnaast 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 landelijke arbeidsmarktspanning bij de door de aanvrager relevant geachte beroepsklasse als gemiddeld wordt getypeerd is daarom opvallend negatief, terwijl de regionale arbeidsmarktspanning, die als krap wordt getypeerd, in lijn is met de gemiddelde arbeidsmarktspanning voor alle beroepsklassen. De commissie constateert dat uit de Spanningsindicator voor de beroepsklasse creatieve en taalkundige beroepen geen duidelijk beeld kan worden afgeleid van de arbeidsmarktperspectieven voor afgestudeerden van de Ad Interior Brand Identity en laat deze bron dan ook buiten beschouwing.

De aanvrager heeft NIDAP een vacatureanalyse laten uitvoeren om de actuele arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad in kaart te brengen, 'Vacatureanalyse ter ondersteuning van doelmatigheidsontwikkeling Associate degree Interior Styling Saxion University of Applied Sciences'. Het onderzoek beslaat de peilperiode 27 januari 2022 tot en met 27 januari 2023. Er zijn in deze periode op Jobfeed in heel Nederland 1323 vacatures gevonden voor functies zoals interieuradviseurs en -stylisten, interior designers en ruimtelijk vormgevers en visual merchandisers op Ad-niveau (mbo/hbo of hbo voor junior- of assistentfuncties). Bij 517 vacatures werd specifiek naar een visual merchandiser gevraagd. De commissie constateert dat het onderzoek volgens een valide methode is uitgevoerd en dat de resultaten ontdubbeld zijn. Verder stelt de commissie vast dat de gebruikte zoektermen en filters relevant zijn en dat de resultaten navolgbaar zijn. De commissie constateert dat het onderzoek blijkt geeft van een arbeidsmarktbehoefte aan interieuradviseurs en -stylisten, interior designers, ruimtelijk vormgevers en visual merchandisers waarvoor afgestudeerden van de voorgenomen Ad IBI ook kunnen opteren.

De aanvrager heeft Tien Organisatieadvies een arbeidsmarktonderzoek laten uitvoeren ('Doelmatigheidsonderzoek voor een voltijd Associate degreeopleiding Interior Brand Identity Saxion'). Het onderzoek is gedateerd op 8 mei 2023 en bestaat uit interviews met 10 verschillende werkgevers en een werkveldenquête onder 39 werkgevers. De geaccordeerde samenvattingen van de interviews zijn bij het dossier gevoegd, voorzien van de naam van de geïnterviewde, de naam van de organisatie en datum waarop het interview heeft plaatsgevonden. De commissie stelt vast dat de organisaties en functies van de respondenten relevant zijn. Uit de verslagen komt naar voren dat 7 van de 10 geïnterviewden positief staan tegenover de realisatie van de beoogde Ad. Zij vinden de aandacht voor technische en ICT-componenten, duurzaamheid, internationalisering en klantcontact die de opleiding beoogt vorm te geven waardevol en zij verwachten dat het Ad-niveau passend is. De geïnterviewden verwachten dat afgestudeerden zouden kunnen werken in functies zoals (junior)designer, (visueel) ontwerper, interieurstylist, 3D data vertaler van gebouwen, projectontwerper of verkoopmedewerker. Enkele respondenten plaatsen wel de kritische kanttekening dat de inhoud van de opleiding ook in de vorm van een cursus aangeboden zou kunnen worden. De tien werkgevers verwachten gezamenlijk een jaarlijkse behoefte aan vier nieuwe medewerkers met het profiel van de Ad IBI. De commissie concludeert dat het onderzoek valide, navolgbaar en relevant is en blijkt geeft van een geringe arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de beoogde Ad.

De werkveldenquête die Tien Organisatieadvies heeft uitgezet is volgens de aanvrager ingevuld door 39 werkgevers. De gebruikte vragenlijst is bij het rapport gevoegd, maar de namen van de respondenten, noch hun functies noch de namen van de bedrijven waar zij voor werken zijn daarbij vermeld. De respondenten is gevraagd of zij denken in de komende twee tot vijf jaar binnen de organisatie behoefte te hebben aan medewerkers die de voorgenomen opleiding hebben afgerond. Daarnaast is de respondenten gevraagd hoeveel nieuwe medewerkers met het profiel van de beoogde opleiding zij nodig hebben. Op basis van de enquête constateert het onderzoeksbureau dat er onder de respondenten behoefte is aan circa 13 nieuwe medewerkers per jaar. De commissie acht het arbeidsmarktonderzoek valide, maar niet navolgbaar door het ontbreken van de namen en functies van de respondenten en de bedrijven waar zij voor werken. De commissie kent dan ook geen gewicht toe aan dit deel van het onderzoek.

De commissie concludeert dat de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de beoogde Ad IBI aansluit op een zekere arbeidsmarktbehoefte. De commissie overweegt daarbij dat de prognoses van het ROA en de Spanningsindicator van het UWV weliswaar een negatief beeld geven van de toekomstige arbeidsmarktbehoefte aan dit type afgestudeerden en dat dat de werkgeversenquête niet navolgbaar is, maar dat de landelijke arbeidsmarktbehoefte die naar voren komt uit de vacaturepeiling van het NIDAP substantieel is en in samenhang gezien met de interviews met tien werkgevers voldoende is om te kunnen concluderen dat de Ad Interior Brand Identity beantwoordt aan een zekere arbeidsmarktbehoefte.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

Ter onderbouwing van de maatschappelijke behoefte verwijst aanvrager naar de website van de Topsector Creatieve Industrie (www.creatieve-industrie.nl), de 'Roadmap Human Capital Topsectoren 2020-2023' van de Topsectoren (2020), de 'Kennis- en Innovatieagenda 2020-2023' van CLICKNL (2020), 'Cultuur dichtbij, dichtbij Cultuur' van de Raad voor Cultuur (2019), 'Financiering van Cultuur' van de Raad voor Cultuur (2019), 'Uitgangspunten Cultuurbeleid 2021-2024' van het Ministerie van OCW (2019) en de 'Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek: de waarde(n) van weten' van het Ministerie van OCW (2015) in samenhang met de 'Strategische Agenda hoger onderwijs en onderzoek: Houdbaar voor de toekomst' van het Ministerie van OCW (2019), het rapport 'Dalende instroom mbo-hbo' van ResearchNed (2020) en de Strategische Agenda 'Professionals voor morgen' van de Vereniging Hogescholen (2019).

De aanvrager stelt onder verwijzing naar de website van de Topsector Creatieve Industrie (www.creatieve-industrie.nl), de 'Roadmap Human Capital Topsectoren 2020-2023' (2020) van de Topsectoren en de 'Kennis- en Innovatieagenda 2020-2023' van CLICKNL (2020, p. 80) dat het feit dat de creatieve industrie één van de topsectoren is, de beleidsrelevantie van de sector evident maakt. Voorts betoogt de aanvrager dat datavisualisatie en het ontwerpen van 'digital twins' (dat wil zeggen: het bouwen van een digitale replica van een proces, die zo goed is dat organisaties hun besluiten voor het echte proces erop kunnen baseren), onderwerpen die aan bod komen binnen de beoogde Ad IBI, van groot belang zijn om de complexiteit van de leefwereld van mensen grijpbaar te maken. De aanvrager beschrijft daarnaast dat de Raad voor Cultuur adviseert om het rijksbudget voor cultuur, erfgoed, media en bibliotheken te verhogen teneinde te komen tot een culturele sector waarin werkenden eerlijk worden betaald. De commissie constateert dat het beleid inzake de ontwikkeling van de creatieve industrie en de investeringen in de Nederlandse cultuursector blijken geven van een maatschappelijke behoefte aan verdere ontwikkeling van de creatieve industrie en verbinding van de creatieve industrie met de maatschappij in bredere zin. De beoogde hbo Ad Interior Brand Identity sluit daar naar mening van de commissie in algemene zin op aan.

Op grond van de Strategische Agenda's van het Ministerie van OCW (2015, p. 53; 2019, p. 29), het rapport 'Dalende instroom mbo-hbo' van ResearchNed (2020, p. 73) en de Strategische Agenda 'Professionals voor morgen' van de Vereniging Hogescholen (2019, p. 10) stelt de aanvrager dat er een algemene behoefte bestaat aan hbo Associate-degreeopleidingen. De commissie constateert dat deze bronnen blijken geven van een algemene behoefte aan Ad's, waar de voorgenomen opleiding een voorbeeld van is. De bronnen geven echter geen blijken van een specifieke maatschappelijke behoefte aan de voorgenomen opleiding.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de beoogde Ad IBI aansluit op een maatschappelijke behoefte.

De commissie concludeert dat de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de beoogde Ad IBI aansluit op een arbeidsmarktbehoefte en een maatschappelijke behoefte. De aanvraag voldoet aan criterium a in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium b

Vanaf 17/05/2023 is op de website van de CDHO kennisgegeven van het voornemen van Saxion Hogeschool om de hbo Associate degree Interior Brand Identity in Deventer 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 stelt op basis van de afbakening die de aanvrager heeft aangeleverd vast wat het verwante aanbod van de aangevraagde opleiding is. Verwante opleidingen komen inhoudelijk sterk overeen en leiden op tot (min of meer) dezelfde beroepen (uitstroomprofiel(en)). Bij de inhoud wordt gekeken of de kennisgebieden en vaardigheden die in het curriculum van de voorgenomen opleiding zijn opgenomen overlap vertonen met de bestaande opleidingen. Verder

worden de instroomdoelgroep en de onderwijsvariant (voltijd, deeltijd of duaal) meegewogen bij de afbakening.

De aanvrager is van mening dat er drie hbo Ad-opleidingen “enigszins verwant” zijn aan de voorgenomen opleiding: Interieurvormgever (ArtEZ), Design (Hogeschool voor de Kunsten Utrecht) en Arts & Crafts (Hogeschool Rotterdam). De commissie stelt vast dat al deze opleidingen dezelfde instroomdoelgroepen bedienen en in dezelfde opleidingsvorm worden aangeboden. De commissie is daarbij met de aanvrager van mening dat de inhoudelijke overlap en overeenkomst qua arbeidsmarktprofiel het sterkst is bij de Ad Interieurvormgever van ArtEZ en de afstudeerrichting Connected Space binnen de Ad Design van de HKU. Binnen de Ad Design van de HKU wordt nog één andere specialisatie aangeboden gericht op digitale media. De inhoudelijke verwantschap met de Ad Arts & Crafts is beperkter omdat er binnen de Ad Arts & Crafts slechts één van de zes studierichtingen specifiek op interieurontwerp is gericht. De commissie beschouwt dan ook de Ad Interieurvormgever en de specialisatie Connected Space binnen de Ad Design als sterk verwant en de Ad Arts & Crafts als aanverwant aan de beoogde Ad.

De aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen (er zijn geen verwante onbekostigde opleidingen). De instroom in het verwante bekostigde onderwijsaanbod varieerde tussen 80 en 100 studenten per jaar (zie Tabel 4).

Tabel 4. Instroom in verwante bekostigde voltijdopleidingen

Opleiding	Instelling	'18-'19	'19-'20	'20-'21	'21-'22	'22-'23
Ad Interieurvormgever (80021)	ArtEZ (27NF), Zwolle	13	12	11	16	8
Ad Design (80144)	Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (00MF), Utrecht	31	29	40	28	38
Ad Arts & Crafts (80078)	Hogeschool Rotterdam (22OJ), Rotterdam	52	43	49	41	34
eerstejaarsinstroom		96	84	100	85	80

Bron: DUO

De aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van een interessepeiling onder potentiële studenten. De aanvrager verwacht dat jaarlijks circa 20 studenten zullen instromen. De commissie acht deze prognose realistisch gelet op de instroom in de (aan)verwante opleidingen en de uitkomsten van de interessepeiling.

De commissie heeft bij criterium a geconstateerd dat de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de voorgenomen opleiding IBI aansluit op een arbeidsmarktbehoefte en een maatschappelijke behoefte. De commissie heeft daarbij vastgesteld dat de landelijke algemene prognoses een ronduit negatief beeld schetsen van de toekomstige arbeidsmarktbehoefte, maar dat er uit de vacaturepeiling en 10 interviews met werkgevers wel een specifieke landelijke behoefte naar voren komt die nog niet geheel vervuld wordt door afgestudeerden van de bestaande opleidingen.

Vestiging van de opleiding in Deventer heeft naar verwachting geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod. De commissie overweegt hierbij dat de in Zwolle gevestigde sterk verwante opleiding Interieurvormgever van ArtEZ (die een zeer geringe instroom kent), een andere instroomdoelgroep aanspreekt, mede doordat deze door een monosectorale kunsthogeschool wordt aangeboden.

De commissie concludeert dat er ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de hbo Associate degree Interior Brand Identity te realiseren. De aanvraag voldoet aan criterium b in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Gelet op het vorenstaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs u om positief te besluiten op het voorliggende verzoek. De commissie adviseert daarbij de toestemming te beperken tot de voltijdvariant op grond van art. 6.2 lid 3 van de WHW.

Advies aan de NVAO over de naamkeuze en Croho indeling

De commissie merkt op dat hierboven is geconstateerd dat de voorgenomen hbo Associate degree Interior Brand Identity sterke verwantschap vertoont met een aantal bestaande opleidingen, in het bijzonder met de hbo Ad Interieurvormgever. Omwille van de transparantie van het opleidingsaanbod adviseert de commissie om de naam van de voorgenomen opleiding aan te laten sluiten bij de reeds geregistreerde opleidingsnaam Interieurvormgever.

Daarnaast heeft de commissie geconstateerd dat aanvrager de hbo Associate degree Interior Brand Identity 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 naamkeuze en Croho indeling

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 studiekeziers 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 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 studiekeziers 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.