

■ Auteur: Rick van de Weg, Interview: Ria van 't Klooster

Interview met Asje van Dijk

Eindelijk een opleiding die werkgevers willen



De Associate degree maakt sinds afgelopen 1 september onderdeel uit van ons onderwijsstelsel. De bekendheid ervan blijft echter achter bij het grote nut dat deskundigen de opleidingen toedichten. Tijd dus om met Asje van Dijk, voorzitter van het Landelijk Platform Associate degree, stil te staan bij het hoe, wat en waarom van de 'gehalveerde' HBO-opleidingen.

"Wat voor mij het grote winstpunt van de Associate degree (Ad) is, is dat het recht doet aan hoe mensen zich ontwikkelen", aldus de voorzitter van het platform dat de brede uitrol van de Ad in Nederland begeleidt, Asje van Dijk. "Als je jong bent heeft iedereen in principe dezelfde opleidingskansen, maar sommigen zijn daar gewoon niet aan toe. Gemiddeld komt het brein bij jongens pas rond hun 23e tot volledige wasdom. Een deel ontdekt later dan dat het toch jammer is dat ze niet wat verder geleerd hebben. Ze zijn wat doorgegroeid op de werkvloer en merken dat er toch meer van hen gevraagd wordt. Een vierjarige HBO-bachelor is dan vaak niet reëel, maar zo'n tweejarige Ad, al dan

niet naast het werk, is dan een uitkomst. De Associate degree biedt een nieuwe kans aan laatbloeiers.”

Drop-out

Volgens de huidige burgemeester van Barneveld kan de Ad ook bijdragen aan het terugdringen van het relatief hoge drop-out percentage van Havisten en MBO'ers op het HBO. “Vier jaar is dan toch vaak te lang. Een tweejarig traject sluit beter aan. Eventueel kun je dan ook zelfs via de Ad-route het HBO in twee stappen doen met tussentijds een werkperiode. Alhoewel ik persoonlijk voor Havisten vind gelden dat als je de HAVO afgerond hebt, je ook de capaciteiten en drive zou moeten hebben om het HBO meteen in één keer te doen.”

‘Speeltje’

Op het ‘geboorteprocés’ van de Ad in Nederland kijkt Van Dijk met tevredenheid terug. “Het is niet dat we een of andere wereldschokkende innovatie het levenslicht hebben doen laten zien. Achttien van de 27 EU-landen kenden al opleidingen op European Qualification Framework niveau 5. Maar het proces is toch anders dan anders gegaan. De Ad's zijn vanuit de vraag ontstaan. Eindelijk een opleiding die werkgevers willen. Het bedrijfsleven heeft via een sterke lobby van met name VNO-NCW en MKB Nederland geëist dat dit soort opleidingen er kwamen, vanwege het grote nut dat zij ervoor zagen. Het is dus niet een of ander ‘speeltje’ van het onderwijs. Sterker nog, in de pilotfase was er behoorlijk wat aversie onder de HBO-instellingen. Zij twijfelden openlijk aan de vraag ernaar. Op zich wel apart, want juist de Ad's kunnen alleen gestart worden als er bewezen arbeidsmarktrelevantie bestaat. Een eis die in het HBO minder dwingend aanwezig is.”

Arbeidsmarktrelevant

Met de arbeidsmarktrelevantie als speerpunt,

zijn de Ad's ook zo opgezet dat ze goed binnen een duaal-programma of als deeltijdonderwijs gevolgd kunnen worden. “Mede daarom is het ook essentieel dat Ad-programma's in samenwerking tussen HBO's en ROC's opgezet worden”, aldus Van Dijk. “ROC's spreken veel meer de taal van de markt. Juist voor het succes van de Ad's is het cruciaal dat opleidingsprofielen opgesteld worden vanuit beroepsprofielen. Het is de bedoeling dat de Associate degree het beste van alle opleidingen aansluit bij wat werkgevers zoeken. De best georganiseerde

Associate degree

Na een aantal pilot-fases vanaf 2005, heeft het kabinet in 2011 besloten om de ‘Associate degree’ definitief in te voeren als onderdeel van het hoger beroepsonderwijs. Vanaf 1 september 2013 is dat een feit. De Associate degree is een tweejarige studie met een wettelijk erkend diploma en is vooral bedoeld voor MBO-4 studenten en mensen met een aantal jaren werkervaring die graag willen doorleren, maar een vierjarige HBO-bacheloropleiding te lang vinden. De graad stamt oorspronkelijk uit de Angelsaksische landen waar het een undergraduate academische graad betreft, toegekend door community colleges, junior colleges, technical colleges of city colleges.

Om toegelaten te worden, dient men minimaal een HAVO-diploma te bezitten of MBO-4 afgerond te hebben. Desgewenst kan men met een Associate degree doorstuderen om vervolgens op HBO-niveau een bachelorgraad te halen. Inmiddels volgen in Nederland ongeveer 4.400 studenten één van de ruim 150 Ad-opleidingen, waarvan een derde verzorgd wordt door private Hogescholen.



Asje van Dijk

Dr. Jan Willem Asje van Dijk (1955) is in 1986 gepromoveerd in de politieke wetenschappen aan de Vrije Universiteit te Amsterdam. Hij was beleidsambtenaar technologiebeleid en manager bij het ministerie van Economische Zaken en daarnaast deeltijd universitair hoofddocent aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Na woordvoerder technologiebeleid van het CDA in de Tweede Kamer te zijn geweest, werkte hij enige jaren als directeur bij organisatie-adviesbureau Van de Bunt in Amsterdam. Vanuit die rol was hij betrokken bij de ontwikkeling van het accreditatiesysteem voor het hoger onderwijs. Daarna werd hij gedeputeerde van onder meer economische zaken en verkeer van de provincie Zuid-Holland. Dit heeft hij acht jaar gedaan. In 2011 werd hij benoemd tot burgemeester van Barneveld.

Naast deze werkzaamheden is Van Dijk sinds 2009 voorzitter van de Commissie Associate degree. Per december 2012 is deze vervangen door het 'Landelijk Platform Ad', waarin alle koepelorganisaties van de aanbieders van hoger en middelbaar beroepsonderwijs, de werkgevers en studentenorganisaties participeren. Asje van Dijk is getrouwd en heeft twee kinderen.

branches, zoals de ICT, reiswereld, bouw en installatie hebben dat onderkend en zijn er ook meteen opgesprongen. Die hadden hun scholingsbehoeften al langer inzichtelijk en zagen de kans van Ad-opleidingen. Organisaties of opleidingsfunctionarissen die mogelijkheden zien voor nieuwe Ad-richtingen, raad ik aan omdat via hun brancheorganisatie op te zetten. In sommige gevallen zie je dat O&O-fondsen ingezet kunnen worden voor de financiering ervan. Dat is natuurlijk een goede zaak."

Haalbaar

Dat de bekendheid van Ad-onderwijs nog niet optimaal is, zal Van Dijk als eerste toegeven. "Dat kan zeker beter, maar het is ook een bewuste keuze van ons geweest om niet met grote billboards en tv-spotjes de Ad 'tussen de oren te rammen'. Dat kost goud geld en de effectiviteit leek ons niet groot. Wat ons betreft zijn Ad-studenten met enthousiaste verhalen de beste promotie die er is. En natuurlijk werkgevers en opleidingsfunctionarissen die weer enthousiast zijn over die Ad-opgeleide medewerkers. Die route kost meer tijd, maar beklijft beter." Of daarmee de doelstelling dat 15 procent van de HBO-instroom in 2020 voor het Ad-traject kiest, gehaald gaat worden, kan Van Dijk niet inschatten. "Voor onszelf hebben we als tussendoelstelling gesteld dat het percentage eind 2015 op 7 tot 8 procent moet liggen. Dat is haalbaar, alhoewel de recessie ongetwijfeld meespeelt." Iets waar opleidingen die Ad's aanbieden terdege rekening mee moeten houden", aldus Van Dijk. "Echte successen worden gehaald door de doorzetters. Op opleiders die met hun Ad-programma's 'vluiggertjes' willen aanbieden, zitten we niet te wachten." ■

Asje van Dijk werd geïnterviewd door Ria van 't Klooster, directeur van de Nederlandse Raad voor Training en Opleiding (NRTTO).