



**Notitie ter gelegenheid van
het beëindigen van het
Landelijk Platform
Associate degree**

Den Haag, 16 november 2015

Blad

2

1 Inleiding

Met deze notitie kijken we als werkgeversorganisaties, vanaf het begin nauw betrokken bij de invoering van de Associate degree, vooruit naar de komende jaren. We willen hiermee een bijdrage leveren aan de verdere ontwikkeling van deze tweejarige hbo-opleiding en de wijze waarop de Ad-opleiding op basis van de overheidsplannen binnen het hbo-aanbod een eigen plaats krijgt.

We kijken vooruit, maar blikken ook even terug op de periode vanaf 2006, toen de Ad op basis van pilots de kans kreeg om zich in Nederland te gaan bewijzen. De rol die werkgevers daarin hebben gespeeld is vooral belangrijk geweest voor de verdere vormgeving. Als werkgeversorganisaties zijn we tevreden met de voorstellen in de documenten van het ministerie van OCW, de Kamerbrief over de Ad en de Strategische Agenda Hoger Onderwijs waarin de Ad een prominente plek heeft gekregen. Deze voorstellen bieden kansen voor het werkveld om de Ad verder te omarmen en uit te bouwen. Uit de monitor die de afgelopen jaren rond de verdere invoering is uitgevoerd, blijkt dat daar waar de Ad z'n weg naar het bedrijfsleven heeft gevonden, bedrijven zelf respectievelijk de branches steeds met een

duidelijke visie een aandeel hebben geleverd in de vormgeving.

De herpositionering van de Ad, zoals voorgesteld door de overheid, biedt kansen om deze opleiding samen met het werkveld verder uit te bouwen tot een diploma met een duidelijk eigen profiel naast het hbo-Bachelordiploma. Daarmee is er sprake van een gedifferentieerd pakket aan leermogelijkheden in het hbo, voor diverse doelgroepen.

Er schort nog veel aan de bekendheid van de Ad. Het is daarom vooral belangrijk om in de richting van de doelgroepen scherp te kunnen aangeven dat de Ad bestaat en welke mogelijkheden een Ad-diploma biedt op de arbeidsmarkt. De arbeidsmarktrelevantie van een Ad-opleiding staat vast omdat er een specifieke vraag vanuit de branche aan ten grondslag ligt, maar een bezitter van het diploma kan nog vele kanten op. Voor werkgevers die met de Ad aan de slag willen, is het vaak nog zoeken naar het inbedden van de Ad in de structuren die het werkveld en een branche kennen, zo blijkt uit de recente monitor.

Er is dus nog genoeg te doen om de Ad beter te benutten. Maar de basis is stevig gelegd. Daarom nu met volle kracht vooruit, onderwijs en bedrijfsleven samen. Als werkgeversorganisaties zien we de uitrol van de Ad als een uitdaging voor de komende jaren. Wij spreken

daarbij ook de overheid aan op haar faciliterende rol bij de verdere invoering van de Ad. In deze notitie gaan we nader in op de mogelijkheden die we zelf hebben om samen met andere belanghebbende partijen de Ad die plek te geven die het verdient.

2 Tot nu toe

Er is veel te zeggen over de start, het allereerste begin van de Ad. Duidelijk is dat vooral MKB-Nederland een cruciale rol heeft gespeeld in de ontwikkeling, door het geloof in de Ad te vertalen naar acties. Dat is met veel energie gebeurd in de richting van de politiek, het ministerie van OCW en de hogescholen die in die fase bereid waren om via pilots te gaan ontdekken wat de toegevoegde waarde was en is van de Ad.

In de pilotperiode zijn het vooral de branches geweest die samen met andere organisaties in het werkveld hun stempel hebben gedrukt op de invoering, door het gericht aanreiken van voorstellen en het vervolgens onderbouwen van de relevantie van de Ad-opleiding voor hun deel van de arbeidsmarkt.

In de periode vóór 2013 hebben enthousiaste betrokkenen vanuit onderwijs en bedrijfsleven op basis van de kaders voor de pilots gezocht naar de beste opties

en de meest effectieve vormgeving van een Ad-traject. Dat was niet altijd eenvoudig. Onduidelijkheid en het gebrek aan ervaring hebben soms tot aarzeling en een afwachtende houding geleid bij alle partijen.

Zo zijn er externe ontwikkelingen geweest die van invloed waren op de mogelijkheden om vanuit branches te participeren in Ad's. Negatief was het verdwijnen van de subsidie voor praktijkleren in een aantal succesvolle hbo-sectoren. Zeker bij werkgevers die scherp naar de scholingskosten voor het personeel moeten (blijven) kijken heeft dit een negatieve impact gehad. Ook hogescholen letten op de bedrijfseconomische kant, zo bleek in de afgelopen jaren, waarbij voor deeltijd-Ad's een minimum aantal studenten als randvoorwaarde opdook.

Er is een aantal Ad's die we duidelijk als voorbeelden 'ter inspiratie' mogen beschouwen. Hieronder een aantal van deze ervaringen:

- De Ad *Accountancy* ging uitstekend van start, vanaf september 2006, het eerste jaar van de Associate degree. Inmiddels is de plaats van de Ad in de accountancybranche uitgekristalliseerd. Er is een post-initiële hbo- of wo-opleiding nodig in combinatie met een verplichte praktijkopleiding om accountant te worden. En ook hier zijn er voort-

durend veranderingen in de branche. De Ad is op dit moment vooral een (niet te lang durende) opstap voor studenten, om daarna wellicht verder te gaan met de accountancystudie. Of het wordt gezien als een aanvullend scholingstraject voor werkenden. Binnen kleine en middelgrote kantoren zoeken werkgevers naar inpassing van de Ad-bezitters in het functiegebouw, gelet op de specifieke invulling van het programma.

- De Ad *Installatietechniek* kreeg vanaf het begin veel steun vanuit de branche, ondanks het feit dat het maar om een kleine groep studenten ging aan één hogeschool. Het leidde tot de eerste opname van een Ad in het functiehuis van de bedrijfstak, zodat vanaf het begin helder was op welke wijze afgestudeerden een plaats binnen een bedrijf kunnen gaan invullen. Er wordt op dit moment gezien hoe de Ad verder kan worden ingezet in deze tak van een wel zeer dynamische technische sector.
- De Ad *Retail Management* is zonder meer een succes in de supermarktbranche. De Ad past bij de opbouw van functies in de sector, zowel bij kleine als grote winkels en winkelketens. De centrale steun vanuit de branche was en is hierbij cruciaal.

Deze Ad heeft bovendien bijgedragen aan discussies over mogelijke aanbiedingsvormen van de Ad, in dit geval dual. Een probleem in deze sector is de toepassing van de regels betreffende de doelmatigheid en het zich daarom moeten beperken van de hogeschool voor het aanbieden van deze Ad tot de eigen regio.

- De Ad *Management in de zorg* kent een interessante voorgeschiedenis. Een soortgelijke hbo-opleiding met een duur van twee (soms drie) jaar bestond al, met een sterke eigen positionering. Met steun van zorg- en welzijnsinstellingen heeft de transformatie naar een Ad plaatsgevonden. Het is nu een herkenbaar scholingstraject voor teamleiders en mensen in de zorg die kunnen doorgroeien naar het middenmanagement.
- De Ad *Sociaal werk in de zorg* is een recente co-productie van hogescholen en het werkveld, gericht op het goed toerusten van professionals voor de transformaties in zorg en welzijn.
- De Ad *Officemanagement* van de private hogeschool Schoevers is een goed voorbeeld van een succesvolle doorlopende leerlijn mbo-hbo. Na het afronden van bijvoorbeeld de mbo-opleiding directiesecretaresse/managementassistent kan de

student kiezen voor de Ad Officemanagement. Met dit diploma kan de student aan de slag als conferencemanager, officemanager of internationaal secretaresse. De student kan desgewenst verder leren door (verkort) de bachelor Communicatie & Organisatie te volgen. Met de Ad wordt hier dus een duidelijke eind- en tussenstap geboden.

- De Ad *Technische bedrijfskunde* is met steun van diverse branches zoals de Metaalunie tot stand gekomen. Er bestond al vrij lang een soortgelijke tweejarige opleiding (kort-hbo) die als gevolg van de invoering van het bachelor-master-systeem en de afschaffing van kort-hbo echter noodgedwongen vier jaar moest gaan duren. Toen kwam de Ad als mogelijkheid in beeld en is de “oude” tweejarige opleiding weer opgepikt, aangepast met inbreng van de branches, om zo langzaam weer te groeien naar de eerdere situatie qua studenten en participerende bedrijven.

Als het gaat om plannen voor nieuwe Ad's kunnen we de volgende initiatieven noemen, die in nauwe samenwerking met het werkveld worden opgezet:

- Ad's bij verschillende hogescholen binnen de sector *zorg en welzijn*, gericht op de gehandicaptenzorg, in het verlengde van eerdere initiatieven.

- Ad's binnen de *bouwwereld*, waar sprake is van een voorzichtige groei waarbij de Ad'er een interessante rol kan spelen.
- Er wordt gewerkt aan een Ad die als een cross-over in zorg en techniek kan worden gezien.
- Het regionale bedrijfsleven in Almere heeft een stevige bijdrage geleverd aan een onderzoek naar de markt voor de Ad in dit deel van Nederland. Die aandacht heeft geleid tot voorstellen voor meerdere Ad-opleidingen, met steun van gemeente en provincie.

3 Positieve ontwikkelingen

VNO-NCW en MKB-Nederland zijn tevreden over de Kamerbrief van juni 2015 over de Ad en de Strategische Agenda Hoger Onderwijs, waarin positieve aandacht aan de Ad wordt geschonken. Zeker de verwijzingen naar het belang van de Ad voor de arbeidsmarkt zijn ons uit het hart gegrepen, evenals de geschetste duidelijker en meer uitdagende positie van de Ad in de beroepskolom mbo-hbo.

We geven hieronder een aantal positieve ontwikkelingen en vervolgens daaraan verbonden voorstellen weer

waarmee werkgevers de komende tijd in samenwerking met andere partijen willen bezien hoe we die kunnen gebruiken voor de verdere uitrol van de Ad.

- De Ad krijgt als opleiding een betere, eigen en herkenbaarder positie, hetgeen kan worden gezien als een vorm van herpositionering.
- De Ad krijgt meer mogelijkheden met betrekking tot de doelmatigheid. Dat betekent dat de Ad dichter bij de vragende partijen kan worden aangeboden, als het gaat om de varianten ‘deeltijd’ en ‘dual’. We willen graag meedenken over de vormgeving en de eisen die aan een dergelijke ‘verplaatsing’ worden gesteld.
- Het vormgeven van het Rotterdamse model (de Rotterdam Academy) dat in een aantal jaren tot een succesvolle aanpak van de Ad heeft geleid, is een aanwinst voor de mogelijkheden tot het verzorgen van dit hbo-onderwijs. Het blijkt een effectieve wijze van samenwerken, zowel op landelijk niveau (met de gehele groep van hogescholen die een dergelijk model willen gaan uitvoeren) als in de regio. Ook de mogelijkheid om binnen een dergelijk model als mbo, hbo en werkveld met elkaar zaken af te stemmen biedt goede kansen op succes. Juist ook voor het mkb ontstaan op die wijze kansen om zich te bundelen binnen de regionale samenwerking en zo als

samenwerkingspartner voor een of meerdere Ad's te kunnen optreden.

- De mogelijkheid om met een Ad-opleiding door te studeren voor een bachelorgraad blijft overeind, zeker voor talentvolle studenten en werkenden die binnen het 'leven lang leren' naar een hoger niveau kunnen doorgroeien. We zijn blij met de flexibiliteit die wordt geboden met de herpositionering van de Ad en tegelijkertijd met de zaken die in de Kamerbrief worden aangedragen om te zorgen voor een studeerbare voortzetting naar een bachelorgraad.
- Het streven naar meer flexibiliteit, mede door de experimenten vraagfinanciering en pilots flexibilisering in het hoger onderwijs. We zijn blij met de huidige plannen van hogescholen en branches om hierin ook de Ad mee te nemen. Wel vragen we aandacht voor het zgn. level playing field dat met deze aanpak van de overheid wordt beoogd. Bekostigde hogescholen worden geacht als gevolg daarvan meer marktconform bezig te zijn – maar wat ons betreft dan wel zodanig dat daarbij het bedrijfsleven niet met onnodige meerkosten wordt geconfronteerd.

De dynamiek op de arbeidsmarkt kan worden opgevangen in de Ad, vooral door de korte duur van de opleiding en de mogelijkheden om onderdelen van het

programma op korte termijn aan te passen. Die mogelijkheden worden substantieel vergroot door de eigen positie van de Ad, ‘los’ van de Bachelor.

4 Bijdragen

Als werkgeversorganisaties willen we een aantal zaken rond de Ad oppakken; uiteraard in samenwerking met andere partijen die ons streven op die punten delen. Het voorstel is om daarover in de komende periode met de betrokkenen om tafel te gaan om te zien wat mogelijk is en vervolgens samen tot een plan van aanpak te komen.

De Ad is een adequaat antwoord op de vraag naar scholingstrajecten die passen bij veel huidige en toekomstige functies, ook als ze dynamisch dienen te worden ingevuld als gevolg van veranderende omstandigheden. Daarmee bewegen de Ad-programma's als het ware mee met de vraag naar nieuwe competenties. Ze kunnen daarmee een effectief onderdeel van het hbo-systeem zijn en nog sterker worden. Ook binnen de scholing voor volwassenen krijgt de Ad dan meer en meer een eigen plaats.

Hierbij een aantal voorstellen geordend per samenwerkingspartner (al sluiten we uiteraard andere partijen niet uit).

Overheid

- Met de overheid willen we bekijken op welke wijze de wet- en regelgeving optimaal kan worden ingericht (vanzelfsprekend met respect voor alle eisen die aan het hbo met zijn eigen verantwoordelijkheden worden gesteld), zodat hogescholen met de Ad maximaal kunnen inspelen op de wensen van het werkveld ten aanzien van de inrichting (aanbod, vorm, programma e.d.) van het onderwijs.
- De aanbeveling is om te bezien of de Stichting Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) een rol kan spelen bij de verdere ontwikkeling van Ad's, op basis van het door geven van signalen vanuit het bedrijfsleven (competenties, arbeidsmarktontwikkelingen). Het gaat dan om eindkwalificaties en leeruitkomsten die boven bestaande mbo-4-opleidingen uitstijgen en passen bij bestaande en toekomstige functies op Ad-niveau.
- We dringen erop aan dat voor het deeltijdonderwijs, ook het bekostigde, de regeling voor de doelmatigheid soepeler wordt toegepast. Dat moet mogelijk zijn als het regionale werkveld kan aantonen dat het noodzakelijk is om een hogeschool van buiten de regio in te schakelen. We zijn bereid samen met de overheid na te gaan welke aanpassingen daarvoor

nodig zijn in de wet- en regelgeving en daarmee samenhangende beleidsregels.

- We zien graag dat juist voor de Ad, als een sterk arbeidsmarktgerichte opleiding, op structurele basis docenten uit de praktijk kunnen worden ingezet. Daarvoor is overleg nodig met de aanbieders van lerarenopleidingen, over hoe de kwaliteit van deze docenten kan worden geborgd zonder dat zij een gehele lerarenopleiding hoeven te volgen.

Vereniging Hogescholen (VH)

- We zien mogelijkheden om aan te haken bij de initiatieven van een zestal hogescholen om te komen tot het Rotterdamse model. We zien in dat kader graag dat het netwerk van deze hogescholen zodanig functioneert dat branches en andere georganiseerde samenwerkingsverbanden van werkgevers hiermee afspraken kunnen maken over de Ad.
- We willen met de VH onderzoeken hoe werkveldcommissies van (een groep) opleidingen en vergelijkbare hbo-overlegorganen meer op landelijk niveau zijn in te zetten voor gerichte communicatie met branches over de Ad, zeker als het nodig is om over meerdere regio's heen afspraken te maken.

- We bevelen de VH aan te komen tot eigen landelijke Ad-overleggen, verantwoordelijk voor het Ad-niveau binnen de hogescholen.

VH en NRTO

- We zien graag dat er landelijke Ad-profielen worden opgesteld met een bijbehorende beschrijving betreffende het niveau. Omdat dit zowel het bekostigd als het niet-bekostigd onderwijs betreft, dienen deze in samenwerking tussen VH, NRTO en en het sectorale bedrijfsleven te worden ontwikkeld.
- Er moeten duidelijke afspraken met elkaar worden gemaakt over wat wordt gezien als ‘bedrijfsopleiding’ en wat als Ad. In voorkomende gevallen moeten diploma’s en certificaten van relevante en verwante bedrijfsopleidingen kunnen worden ingebracht bij een Ad (op basis van EVC).

MBO Raad en VH

- We willen met de MBO Raad en de VH verkennen hoe we tot een overzicht per branche kunnen komen als het gaat om de specifieke functies/beroepen, zodat studenten een goed beeld krijgen van de arbeidsmarktrelevantie en het beroepsperspectief van een Ad. Veel van de traditionele

middenkaderfuncties hadden altijd voldoende aan mbo-4 opleidingen, terwijl de arbeidsmarkt van nu in een aantal gevallen vraagt om hoger opgeleide werknemers. De Ad kan dus ook noodzakelijk zijn voor functiebehoud.

- Voor de SBB zien we een rol weggelegd in het signaleren van veranderingen vanuit de markt als het gaat om veranderende competenties, die bijvoorbeeld niet (meer) passen in mbo-4 maar wel in een Ad. Ook kan de SBB de bewegingen op de arbeidsmarkt, landelijk en regionaal, in kaart brengen. De werkgeversorganisaties zullen zich ervoor inspannen dat SBB hiervoor de nodige ruimte krijgt.

Nederlands Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO)/ Overheid

- De dynamiek in het bedrijfsleven is groot, de vraag naar bepaalde competenties aan (snelle) veranderingen onderhevig. Om daarop te kunnen inspelen, is het raadzaam om in de Ad's te werken met duale vormen; zodanig dat de programma's snel kunnen worden aangepast. Met de NVAO willen we bezien hoe dit past in de accreditatie, mede gelet op zaken als het vervolgens behalen van een Bachelor.
- We willen graag bespreken op welke wijze de beroepspraktijkvorming (bpv) in het mbo kan worden

ingevuld als ‘voorportaal’ van een duale werkplek in de Ad om zo een goed doorlopende leerroute te realiseren. Daarbij staat de driehoek ‘student – instelling – werkgever’ centraal.

MBO Raad

- De opleiding Praktijkdocent is een Ad met potentie, waarbij afgestudeerden vooral zijn in te zetten in het mbo. Samen met de MBO Raad willen we bezien hoe we tot een goede positie van deze Ad kunnen komen.
- Ook willen we nagaan hoe de rol van de mbo-4 kwalificaties in de doorlopende leerwegen naar een Ad kunnen worden versterkt, zeker in branches waarin de functies voor beide opleidingen in elkaars verlengde liggen.

Algemeen – overheid

We pleiten voor het handhaven van een ambtelijk Ad-netwerk voor de komende drie jaar dat de ontwikkeling van de Ad volgt, signalen hierover kan uitwisselen en de door ons aangedragen thema’s (mede) kan bespreken. Ons verzoek aan de overheid is om dit netwerk te faciliteren. Ook zou het goed zijn als, daaraan verbonden, er voor de komende drie jaar ook menskracht (helpdesk)

beschikbaar zou zijn om branche- en andere werkgeversorganisaties die met de Ad aan de slag willen, te ondersteunen. Van daaruit kan wellicht worden bemiddeld tussen werkgevers en hogescholen en kan aan beide partijen een helpende hand worden geboden bij de vormgeving van een Ad opleiding.

Het gaat er uiteindelijk om elkaar te versterken in het verspreiden en benutten van de Ad, waarbij de werkgeversorganisaties fungeren als volwaardig partner.

5 Tot slot

Dit document is opgesteld naar aanleiding van het aflopen van de zittingstermijn van het Landelijk Platform Ad. Maar voor de Ad lijkt het erop dat de invoering nu pas echt handen en voeten kan gaan krijgen. De incubatiefase is achter de rug, met het ontwikkelen van het concept, het starten van de pilots, het werken aan wetgeving en positie en het verankeren van de Ad als graad in het hoger onderwijs.

Als werkgeversorganisaties dragen we, samen met de andere stakeholders, graag bij aan de verdere ontwikkeling,. Het gaat vooral om het positioneren van de Ad als een belangrijke opleiding met een sterke en breed onderschreven status binnen het hoger

beroepsonderwijs en het bedrijfsleven. Dat is op zichzelf een behoorlijke uitdaging. We moeten jongeren de kans geven om het maximale uit zichzelf te halen om vervolgens een goede plek in de samenleving te kunnen verwerven. Dat kan ook door studie en werk te combineren.

Dit document is een bewijs van de betrokkenheid vanuit het bedrijfsleven. In de evaluatie (monitor) die de afgelopen drie jaar is uitgevoerd om na te gaan welke zaken aandacht verdienen bij de verdere invoering, is het belang van de samenwerking tussen het werkveld en de hogescholen onderstreept als belangrijke voorwaarde om de Ad tot een succes te maken. Die handschoen pakken we wederom op.

Vijf punten

We hebben als bedrijfsleven vijf prioriteiten voor de komende tijd:

1. We gaan met de andere betrokken partijen voort om nu, straks en voortdurend de Ad op het netvlies van werkgevers te krijgen en te houden.
2. We gaan met het beroepsonderwijs bezien welke perspectieven er zijn met een Ad in een bepaalde sector van het bedrijfsleven, met als doel jongeren en werknemers duidelijk te maken dat de Ad een mooie kans is om aan de slag te gaan, de positie te verbeteren dan wel te behouden.
3. We pleiten voor de oprichting van een Landelijk ambtelijk Ad-netwerk' en een helpdesk om de verdere herpositionering van de Ad te kunnen ondersteunen.
4. We ondersteunen de verdere uitrol van het Rotterdamse model, samen met het mbo en het hbo.
5. We zien de herpositionering als een uitgelezen kans om de Ad als een volwaardige graad en opleiding neer te zetten, als een volwaardig hbo-niveau naast de Bachelor.

Organisatie-adres:
Postbus 93002
2509 AA Den Haag

Telefoon:
070 3490349

Internet:
www.vno-ncw.nl
www.mkb.nl

