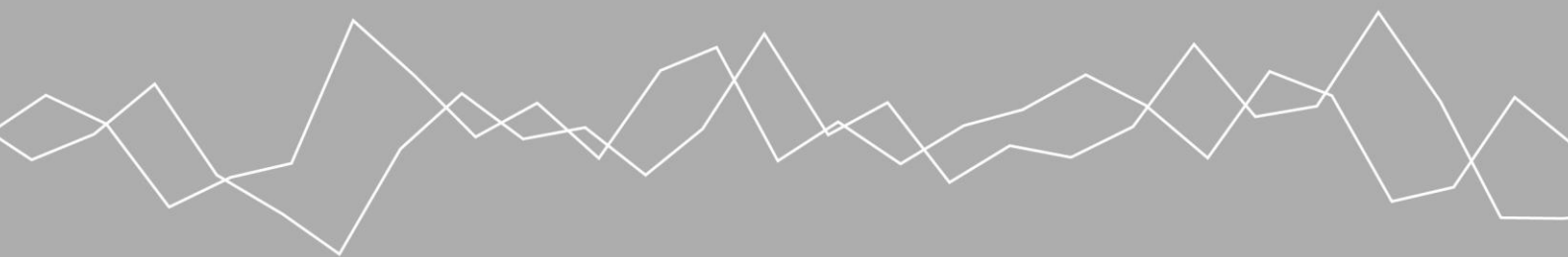


Monitor Associate degree-opleiding



seo economisch onderzoek

Amsterdam, januari 2021
In opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Monitor Associate degree-opleiding

Tussenrapportage

Paul Bisschop
Tom Stolp
Emina van den Berg
Djoerd de Graaf



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winst-oogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2021-02

ISBN 978-90-5220-110-8

Informatie & Disclaimer

SEO Economisch Onderzoek heeft op de verkregen informatie en data geen onderzoek uitgevoerd dat het karakter draagt van een accountantscontrole of due diligence. SEO is niet verantwoordelijk voor fouten of omissies in de verkregen informatie en data.

Copyright © 2021 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl

Samenvatting

Associate degree-opleidingen nemen toe in aantal en in aantal deelnemers. Publiek bekostigde en private opleidingen hebben daarbij verschillende doelgroepen. Deelnemers zijn overwegend tevreden over de opleiding en de manier waarop men is omgegaan met de uitdagingen die door de coronacrisis zijn ontstaan.

De Ad groeit door

Sinds 1 januari 2018 geldt de Wet invoering Associate degree-opleiding, waarmee Associate degree-opleidingen (Ad-opleidingen) een zelfstandige status hebben gekregen in het Nederlandse hoger onderwijs. De nieuwe status heeft voor een impuls gezorgd in het aantal opleidingen dat aangeboden wordt. In 2019-2020 werden er in totaal 483 opleidingen aangeboden (149 unieke opleidingen), in 2017-2018 waren dat er nog 407 (141 unieke opleidingen). Ad-opleidingen worden aangeboden in publiek bekostigde vorm en in private vorm. De afgelopen twee jaar zat de groei met name in de private Ad-opleidingen. Ook het aantal deelnemers aan de opleidingen neemt toe, in zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen.

De sectoren techniek (34 procent van de opleidingen) en economie (27 procent van de opleidingen) zijn het grootst in publiek bekostigde Ad-opleidingen. Ongeveer de helft (48 procent) van de publiek bekostigde opleidingen wordt in deeltijd aangeboden, 40 procent in voltijd en de resterende 12 procent duaal. Het aanbod private Ad-opleidingen valt overwegend onder de sector economie (71 procent van de opleidingen). Private Ad-opleidingen worden voor een groot deel in deeltijd (62 procent) of in duale vorm (25 procent) aangeboden. Slechts 13 procent is in voltijdvorm. De grootste aanbieders zijn de HAN (publiek bekostigde Ad-opleidingen) en LOI (private Ad-opleidingen).

Samenwerking met mbo en werkgevers afhankelijk van opleiding

De mate waarin hogescholen optrekken met het mbo en werkgevers bij het ontwikkelen en het invullen van Ad-opleidingen verschilt van geval tot geval. Samenwerking met het mbo lijkt afhankelijk te zijn van de opleidingsvorm. Deeltijdopleidingen richten zich minder op mbo-doorstromers, waardoor samenwerking met het mbo minder voor de hand ligt. Maar ook bij voltijdopleidingen is samenwerking met het mbo niet altijd waarschijnlijk: soms is er geen mbo-opleiding die inhoudelijk bij de Ad-opleiding aansluit. In gevallen waarin wel met het mbo wordt samengewerkt, krijgt die samenwerking onder meer vorm door delen van de Ad-opleiding te incorporeren in mbo-opleidingen.

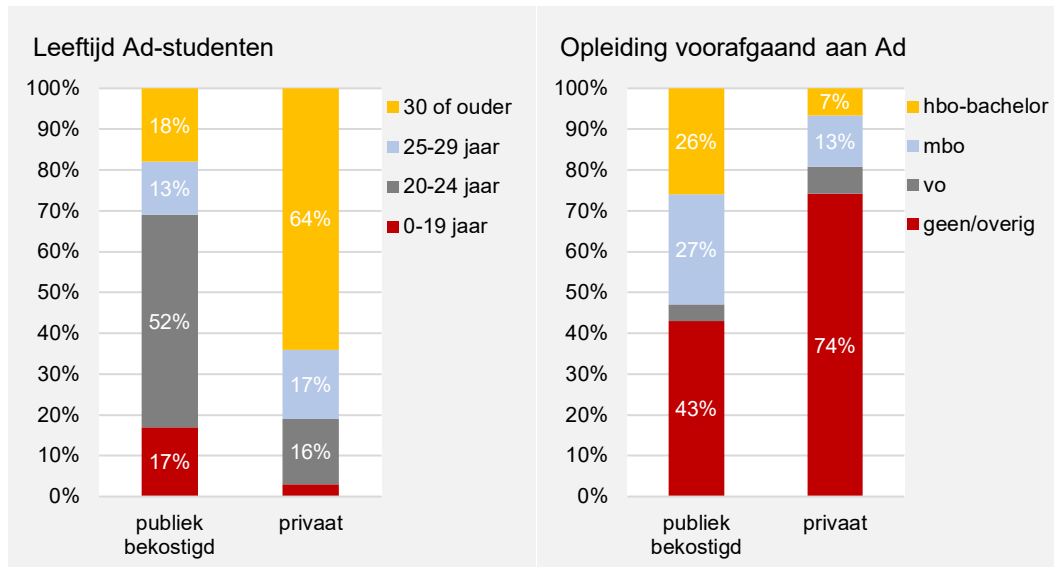
In de meeste Ad-opleidingen bepalen werkgevers deels de inhoud, door advies te geven over de leeruitkomsten, de eindtermen en het beroepsprofiel van de Ad-opleiding. De vorm waarin toegevoegd wordt naar de leeruitkomsten en de eindtermen wordt volledig door de Ad-opleiding zelf bepaald.

Verschillende doelgroepen

Publiek bekostigde Ad-opleidingen richten zich overwegend op andere doelgroepen dan private Ad-opleidingen. Zo zijn de deelnemers aan publiek bekostigde Ad-opleidingen jonger (gemiddeld

25 jaar in 2019) dan deelnemers aan private Ad-opleidingen (gemiddeld 32 jaar in 2019). Private Ad-opleidingen richten zich minder op directe doorstroom uit het onderwijs en worden dan ook vaker in deeltijd gevolgd.

Figuur S.1 Ad-studenten van private opleidingen zijn in 2019 gemiddeld ouder en komen vaker niet direct uit het onderwijs



Bron: DUO en enquête onder studenten van private Ad-opleidingen, bewerking SEO

Ad-studenten noemen de duur van een Ad-opleiding (2 jaar) als aantrekkelijke factor waarop de studiekeuze gemotiveerd is. Ook de optie om na twee jaar Ad-opleiding door te stromen naar een hbo-bachelor is vaak genoemd als studiekeuzemotief, evenals het aspect dat een Ad-opleiding opleidt tot een diploma op hbo-niveau. De invloed van werkgevers op het volgen van een Ad-opleiding is beperkt: slechts van een klein deel van de deelnemers met een baan (ca. 10 procent), betaalt de werkgever de Ad-opleiding.

Deelnemers tevreden over Ad-opleiding en aanpak in coronacrisis

Ruim 75 procent van de eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen is tevreden of zeer tevreden met de Ad-opleiding in het algemeen. Voor private Ad-opleidingen is dit ongeveer 58 procent. De praktijkgerichtheid en de geleerde vaardigheden voor de beroepspraktijk kunnen bij beide type Ad-opleidingen op de meeste waardering rekenen. Studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn daarnaast gemiddeld zeer tevreden over de docenten. Studenten in private Ad-opleidingen zijn overwegend tevreden (70 procent) over hoe het geleerde in de praktijk kan worden gebracht. Een derde van de studenten vindt het wel lastig om hun werk met de Ad-opleiding te combineren.

Ad-studenten geven hun opleiding gemiddeld een 7,0 voor de wijze waarop men omgaat met de coronacrisis. Ondanks dat de meeste studenten hierover tevreden zijn, verwacht 20 procent (bij publiek bekostigde Ad-opleidingen) en 33 procent (bij private Ad-opleidingen) studieovertraging als gevolg van corona. Verlaagde motivatie en concentratie door stress of door thuisonderwijs worden het vaakst aangevoerd als reden voor de verwachte studieovertraging.

Inhoud

Samenvatting	i
1 Inleiding	1
1.1 Wet invoering Associate degree-opleiding	1
1.2 Onderzoeksvragen en leeswijzer	2
1.3 Informatiebronnen	3
2 Onderwijsaanbod	7
2.1 Ontwikkeling aantal Ad-opleidingen	7
2.2 Samenwerking mbo-instellingen en hogescholen	11
2.3 Betrokkenheid regionale bedrijfsleven.....	12
3 Ad-studenten	15
3.1 Ontwikkeling aantal Ad-studenten	15
3.2 Studiekeuzemotieven.....	23
3.3 Tevredenheid	24
3.4 Uitval	27
3.5 Gevolgen corona	28
Bijlage A Respons enquête studenten publiek bekostigde Ad-opleidingen	33
Bijlage B Doorstroom vanuit onderwijs naar publiek bekostigde Ad-opleiding	35
Bijlage C Vragenlijst enquête Ad-studenten	39
Bijlage D Landelijk aanbod Ad-opleidingen	51

1 Inleiding

Met de Wet invoering Associate degree-opleiding heeft de Associate degree vanaf 1 januari 2018 een zelfstandige status gekregen in het Nederlandse hoger onderwijs. SEO monitort de ontwikkelingen rondom Associate degree-opleidingen en gebruikt hiervoor verschillende informatiebronnen, waaronder registratiedata van DUO en enquêtes onder studenten.

De Associate degree (Ad) vervult een belangrijke behoefte tussen een mbo-4 en een hbo-bachelor diploma. Dit geldt voor zowel studenten op zoek naar een praktijkgerichte en kortdurende hbo-opleiding als voor werknemers die zich willen op- of bijscholen op hbo-niveau. De Ad fungeert daarmee ook als instrument om leven lang leren in Nederland een impuls te geven.

Na introductie van de Ad in 2005 als een programma binnen een hbo-bacheloropleiding, kreeg de Ad per 1 januari 2018 een zelfstandige positie in het hoger onderwijs via de Wet invoering Associate degree-opleiding. Door deze zelfstandige positie kan aan de Ad een aantrekkelijker profiel voor mbo-4-afgestudeerden en werkenden worden gegeven, waardoor de Ad zich succesvoller kan ontwikkelen. Dit onderzoek monitort de ontwikkelingen rond Ad-opleidingen en haar studenten.

1.1 Wet invoering Associate degree-opleiding

De Ad heeft vanaf 1 januari 2018 een zelfstandige status in het hoger onderwijs en daarmee een eigen plek naast de hbo-bachelor/-master en de wo-bachelor/-master. De tweejarige Ad is losgekoppeld van de hbo-bachelor, waarmee is beoogd de Ad de ruimte te geven een eigen volwaardige identiteit te ontwikkelen met een helder arbeidsmarktprofiel. Daarbij horen een eigen pedagogisch concept met bijbehorende didactische werkvormen en eigen faciliteiten tot de mogelijkheden. De Ad moet een aantrekkelijke optie zijn voor in ieder geval mbo-4-studenten en werkenden.

Voor de aanbieders van Ad-programma's houdt de verzelfstandiging in dat zij de aan de bachelor gekoppelde programma's moesten omzetten naar 'losse' Ad-opleidingen.¹ Daarbij dienden de wijzigingen in de wet- en regelgeving te worden gevolgd. Tabel 1.1 toont de belangrijkste wijzigingen.

Allereerst hoeven de doelstellingen en het curriculum van de Ad niet langer overeen te stemmen met die van een programmatisch verwante hbo-bacheloropleiding. Bovendien hoeft de aanbieder die verwante hbo-bacheloropleiding niet langer zelf aan te bieden. Dit biedt ruimte voor eigen profilering, maar ook voor nieuw aanbod of het ontwikkelen van Ad-opleidingen die cross-overs zijn van bestaande opleidingen. De Ad-aanbieder dient wel nog steeds de doorstroom van de Ad naar een vervolgtraject te ondersteunen, als de Ad-student daar behoefte aan heeft. Ad-afgestudeerden behouden namelijk hun doorstroomrecht naar een hbo-bacheloropleiding. De zwaarte van de studielast binnen het bachelorprogramma dient te worden afgestemd tussen de aanbieder van de Ad-opleiding en die van de hbo-bacheloropleiding. Dit zal afhankelijk zijn van de mate van verwantschap van de Ad met de bachelor waarnaar doorgestroomd wordt.

¹ Ze hadden uiteraard ook de optie om het Ad-programma te beëindigen.

De Ad-opleiding moet zelfstandig gekeurd worden, waarbij dient te worden aangetoond dat de Ad aan de accreditatie-eisen voldoet. Bij het aanbieden van een nieuwe Ad zijn nog steeds een aparte toets *nieuwe opleiding* en een toets *macrodoelmatigheid* nodig. Alle Ad-opleidingen dienen arbeidsmarkt-relevant te zijn en aan te sluiten bij een substantiële behoefte van het werkveld aan een niveau tussen mbo-4 en hbo-bachelor in. Het moet duidelijk zijn in welke soorten banen, waaronder nieuwe banen, afgestudeerden terecht kunnen komen.

Tabel 1.1 Belangrijkste veranderingen per 1 januari 2018

Situatie vóór 1 januari 2018	Situatie vanaf 1 januari 2018
Positie van de Ad	
De Ad is een programma, onderdeel van een hbo-bacheloropleiding	De Ad is een zelfstandige opleiding in het hoger beroepsonderwijs
Een Ad-programma kan alleen worden aangeboden wanneer de instelling ook de verwante hbo-bacheloropleiding heeft	Een Ad-opleiding kan door instellingen in het hoger onderwijs worden aangeboden, ongeacht of deze instelling ook een verwante hbo-bacheloropleiding heeft
Instroom in een Ad	
De vooropleidingseisen van een Ad-programma komen overeen met die van een hbo-bacheloropleiding: mbo-4, havo of vwo	De situatie blijft gelijk
De aanvullende eisen, nadere vooropleidingseisen en bijzondere nadere opleidingseisen die gelden voor de verwante bacheloropleiding, gelden ook voor het Ad-programma	Een Ad-opleiding heeft eventueel eigen aanvullende eisen en/of nadere vooropleidingseisen
Doorstroom naar hbo-bachelor	
Instroomrecht voor de hbo-bachelor als voldaan wordt aan de vooropleidingseisen	De situatie blijft gelijk
Recht op doorstroom naar de verwante hbo-bacheloropleiding tegen studielast van maximaal 150 studiepunten	De instelling van de Ad-opleiding en de instelling van de hbo-bachelor hebben beide een taak richting de Ad-afgestudeerde die wil doorstromen
De Ad-afgestudeerde heeft de mogelijkheid tot doorstroom naar alle andere hbo-bacheloropleidingen als hij aantoonst te voldoen aan aanvullende en/of nadere vooropleidingseisen	De situatie blijft gelijk
De omvang van de resterende studielast bij alle andere hbo-bacheloropleidingen dan de hbo-bacheloropleiding waarvan het Ad-programma onderdeel uitmaakt, is afgegeven van vrijstellingen, gegeven door de examencommissie van de betreffende hbo-bacheloropleiding	De omvang van de resterende studielast van hbo-bacheloropleidingen is afhankelijk van de vrijstellingen, gegeven door de examencommissie van de betreffende hbo-bacheloropleiding

Bron: Memorie van toelichting bij de concept wetswijziging

1.2 Onderzoeksvragen en leeswijzer

Om de ontwikkelingen van de Ad-opleidingen na de invoering van de wet te kunnen volgen heeft het ministerie van OCW aan SEO Economisch Onderzoek gevraagd een monitoronderzoek uit te voeren tot en met 2022. Deze tussenrapportage bevat de eerste resultaten van het monitoronderzoek.

Het monitoronderzoek is ingericht aan de hand van drie thema's: (1) Onderwijsaanbod, (2) Student en (3) Arbeidsmarkt. Deze tussenrapportage bevat resultaten van thema (1) en (2). De eindrapportage in 2022 zal ook resultaten van het thema (3) Arbeidsmarkt presenteren.

Deze tussenrapportage beantwoordt de volgende onderzoeksvragen:

Thema Onderwijsaanbod (Hoofdstuk 2)

1. Wat is de ontwikkeling in het aantal Ad-opleidingen?
 - Naar publiek bekostigde en private opleidingen
 - Naar voltijd-, deeltijd- en duale opleidingen
 - Naar sector
2. Hoe is de samenwerking tussen mbo-instellingen en hogescholen bij de ontwikkeling van nieuwe Ad-opleidingen en omgezette Ad-programma's?
3. Hoe is de betrokkenheid van het regionale bedrijfsleven bij de ontwikkeling van nieuwe Ad-opleidingen en omgezette Ad-programma's en de vormgeving van het onderwijs binnen de Ad-opleidingen?
4. Wat is de ontwikkeling van stages in het curriculum van Ad-opleidingen?

Thema Student (Hoofdstuk 3)

1. Wat is de ontwikkeling in het aantal Ad-studenten?
 - Naar publiek bekostigde en private opleidingen
 - Naar voltijd-, deeltijd- en duale opleidingen
 - Naar sector
 - Naar achtergrondkenmerken en vooropleiding(en)
2. Wat zijn de motieven achter de keuze voor een Ad-opleiding?
 - Welke rol spelen financiële aspecten?
3. Wat is de ontwikkeling van de doorstroommogelijkheden van Ad-afgestudeerden naar hbo-bacheloropleidingen?
4. Wat is de ontwikkeling van het aantal Ad-afgestudeerden dat doorstroomt naar een hbo-bacheloropleiding?
5. Wat is de ontwikkeling in 'afstroom' van hbo-bachelorstudenten naar Ad-opleidingen?
6. Wat is de ontwikkeling in tevredenheid van studenten met (aspecten van) de Ad-opleiding?
7. Wat is de ontwikkeling van het aantal uitvallers uit Ad-opleidingen?

1.3 Informatiebronnen

Het monitoronderzoek leunt op verschillende informatiebronnen. De informatie uit deze tussenrapportage komt uit: (1) gegevens van DUO over het aantal Ad-opleidingen en deelnemers, (2) een enquête onder Ad-studenten (van publiek bekostigde en private Ad-opleidingen) en (3) interviews met vertegenwoordigers van Ad-opleidingen, mbo-instellingen en bedrijfsleven. Hieronder worden deze informatiebronnen nader toegelicht.

DUO-gegevens

Het onderzoek maakt gebruik van drie informatiebronnen die van DUO afkomstig zijn. Ten eerste, wordt in het Basisregister Onderwijs Hoger Onderwijs (BRON-HO) bijgehouden welke individuen het Nederlandse hoger onderwijs in- en uitstromen, op basis van het per individu unieke onderwijsnummer. Voor dit onderzoek zijn de registergegevens van alle eerstejaars Ad-studenten van publiek bekostigde instellingen opgevraagd die in studiejaar 2018-2019 en 2019-2020 stonden ingeschreven. Het betreft onder meer gegevens over achtergrondkenmerken, vooropleidingen en opleidingsvormen. Ten tweede, worden recent in het BRON-HO ook gegevens verzameld over studenten van private instellingen. Dit bestand is in ontwikkeling, waardoor de gegevens nog niet

konden worden vrijgegeven. Toch heeft DUO op basis van het voorlopige bestand een schatting kunnen geven van het aantal Ad-studenten bij private instellingen. Ten derde is gebruik gemaakt van het publiek beschikbare CROHO-register waarin het aanbod van alle Ad-opleidingen (zowel publiek bekostigd als privaat) over tijd is geregistreerd.

Enquête onder Ad-studenten

Zowel in juni 2019 als een jaar later in juni 2020 is onder Ad-studenten van zowel publiek bekostigde als private opleidingen een enquête afgenomen. De enquête voor Ad-studenten van publiek bekostigde en private opleidingen is nagenoeg gelijk. Om studenten van de publiek bekostigde Ad-opleidingen te bereiken, is gebruik gemaakt van DUO-registergegevens. Daarbij is gehandeld conform de AVG-wetgeving. Op basis van het bestand konden per post uitnodigingen voor een webenquête worden verstuurd naar vijf duizend aselekt gekozen eerstejaars Ad-studenten. Ad-studenten van private aanbieders werden bereikt door met behulp van koepelorganisatie NRTO contact te leggen met acht instellingen. Vervolgens hebben een aantal van deze instellingen de link naar de webenquête bij hun Ad-studenten uitgezet.

Deze tussenrapportage analyseert de volgende onderwerpen uit de enquête:

- Situatie vóór de Ad-opleiding
- Huidige werksituatie en werksituatie voorafgaand aan Ad-opleiding
- Demografische kenmerken
- Vooropleiding
- Studiekeuzemotieven
- Tevredenheid (algemeen en specifieke onderdelen)
- Uitval
- Gevolgen van coronacrisis

De complete vragenlijst is opgenomen in Bijlage C.² Van de uitgenodigde studenten die een publiek bekostigde Ad-opleiding volgen, heeft 12 procent (n=570) in 2018 de enquête ingevuld en 13 procent (n=648) in 2019.³ Voor studenten van private Ad-opleidingen is het responspercentage 14 procent (n=184) in 2018 en 15 procent (n=169) in 2019. De deelnemers van iedere enquête maakten kans op 1 van de 10 bol.com-bonnen (ter waarde van € 25,-) die naderhand aan willekeurige respondenten werden uitgereikt.

Alle enquêteresultaten van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn gewogen naar geslacht, leeftijd en sector van de opleiding, zodat deze een zo representatief mogelijk beeld geven van de populatie. Bijlage A toont de aandelen in de populatie en steekproef die leiden tot de gehanteerde weegfactoren. De respons van de enquête onder studenten van private Ad-opleidingen is gewogen naar instelling. De wijze waarop tot de wegingsfactoren is gekomen bij de studenten van private Ad-opleidingen, is vanwege het bedrijfsgevoelige karakter van de informatie niet gepresenteerd in dit rapport.

² Aangezien de vragenlijsten over jaren en tussen type instellingen nagenoeg gelijk zijn, is hier uitsluitend de vragenlijst voor Ad-studenten van private opleidingen van 2020 opgenomen.

³ Om de respons zo hoog mogelijk te krijgen, is gekozen voor een extra grote steekproef, in plaats van een kleinere steekproef en een reminder na enkele weken. Het responspercentage is daardoor weliswaar lager, maar het aantal respondenten uiteindelijk groter.

Interviews

In 2018 zijn in totaal negen telefonische interviews gehouden met opleidingsmanagers van Ad-opleidingen (5), een opleidingsmanager van een mbo-opleiding (1) en contacten van Ad-opleidingen in het werkveld (3). De gesprekken gingen over de samenwerkingen tussen Ad-opleidingen, mbo-instellingen, hbo-instellingen en het werkveld bij het vormgeven van Ad-opleidingen. Er is ingezoomd op (groepen van) Ad-opleidingen op vijf verschillende instellingen: een Ad Bedrijfskunde, een selectie technische Ad-opleidingen, een Ad Sociaal Werk in de Zorg, een Ad Crossmediale Communicatie en een Ad Human Resource Management. De reden dat niet bij elke opleiding is gesproken met een vertegenwoordiger van een mbo-instelling en het werkveld, is dat gedurende de gesprekken met de vertegenwoordigers van enkele Ad-opleidingen bleek dat er (nog) geen sprake was van samenwerking (bijvoorbeeld met een mbo-instelling). Soortgelijke interviews die in 2020 gepland stonden, zijn door de coronasituatie naar achteren verschoven.

2 Onderwijsaanbod

Het aantal verschillende Ad-opleidingen is in 2019 verder gegroeid, naar 149 opleidingen. Publiek bekostigde Ad-opleidingen worden vaker in voltijdvorm aangeboden dan private Ad-opleidingen. Het publiek bekostigde aanbod Ad-opleidingen is meer divers dan het private aanbod.

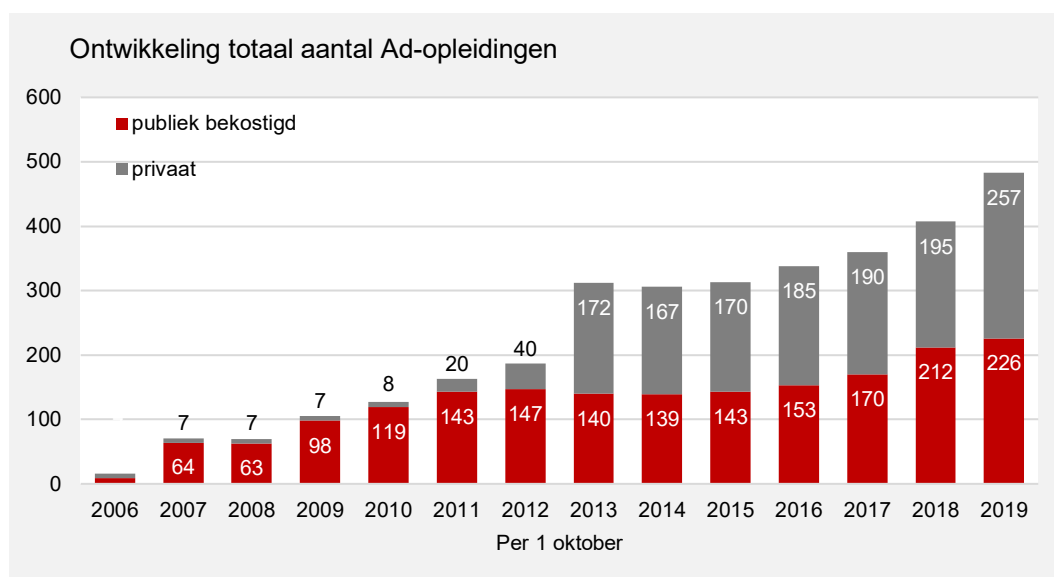
De Ad heeft zich sinds de start in 2005 succesvol gevestigd in het Nederlandse onderwijslandschap. In de eerste jaren na introductie steeg het aantal Ad-opleidingen. Dit hoofdstuk gaat na of die ontwikkeling zich na de invoering van de Wet invoering Ad-opleidingen heeft doorgezet en hoe het aanbod er momenteel uitziet. De bronnen waarop dit hoofdstuk zich baseert zijn DUO-registratiegegevens en interviews met opleidingsmanagers van Ad-opleidingen en betrokken partijen.

2.1 Ontwikkeling aantal Ad-opleidingen

Totaalbeeld

Het totale aanbod van Ad-opleidingen is tussen 2006 en 2012 gestaag gestegen door een toenevend publiek bekostigd aanbod (zie Figuur 2.1). In 2013 kwamen er veel private Ad-opleidingen bij. Tussen 2013 en 2015 bleef het aantal Ad-opleidingen stabiel omdat het in die periode niet mogelijk was om aanvragen te doen voor nieuwe Ad-programma's. De stijging zette vanaf 2016 weer door. Sinds de invoering van de Wet invoering Ad-opleidingen is het aantal Ad-opleidingen weer rap gestegen. De stijging zit voor het grootste gedeelte bij private Ad-opleidingen (257 in 2019).

Figuur 2.1 Het totale aanbod van Ad-opleidingen neemt sinds 2015 weer toe

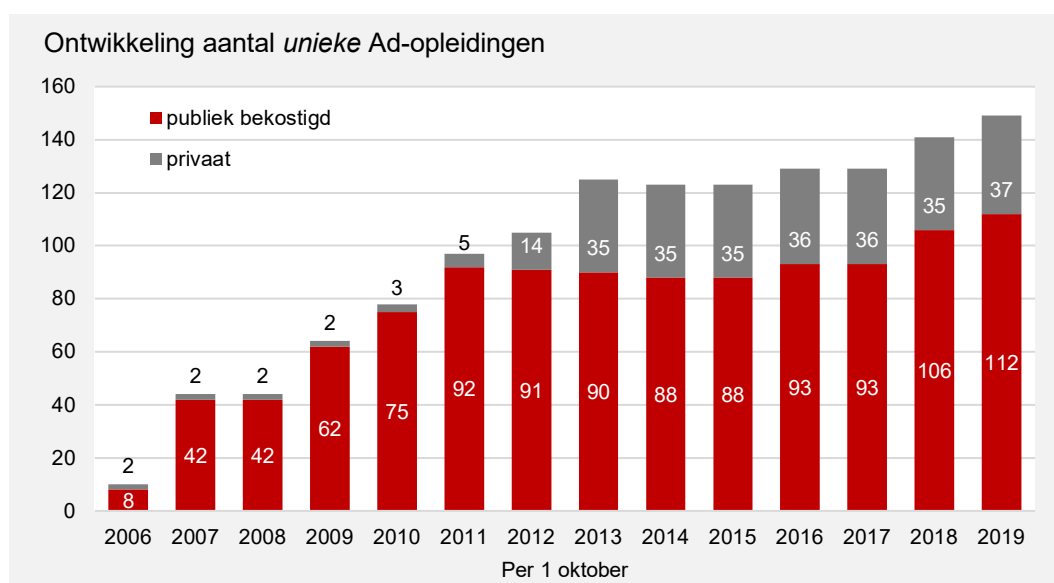


Bron: DUO, bewerking SEO

De gemiddelde instroom in publiek bekostigde opleidingen was in 2019 35 eerstejaarsstudenten. Dertien Ad-opleidingen hadden in 2019 een instroom van lager dan tien eerstejaarsstudenten. Dit betreft met name Ad-opleidingen in de sector Techniek, zoals Ad Bouwtechnisch Medewerker, Ad Civiele Techniek Directievoering, Ad Gebouwgebonden Installatietechniek of Ad Smart Industry.

Figuur 2.2 toont de lange termijnontwikkeling van het aantal *unieke* Ad-opleidingen. Van 2006 tot en met 2011 steeg het aantal unieke publiek bekostigde Ad-opleidingen van 8 naar 92 waarna het aanbod tot en met 2017 ongeveer gelijk bleef door de beperking op het aanvragen van nieuwe Ad-programma's. In 2018 en 2019 zijn er weer meer nieuwe publiek bekostigde Ad-opleidingen bijgekomen. Voor de private Ad-opleidingen geldt een snelle toename in het aanbod tussen 2011 en 2013. Vanaf 2013 blijft het private aanbod ongeveer gelijk, rond 35 verschillende opleidingen.

Figuur 2.2 Het aantal unieke bekostigde Ad-opleidingen neemt vanaf 2018 weer toe



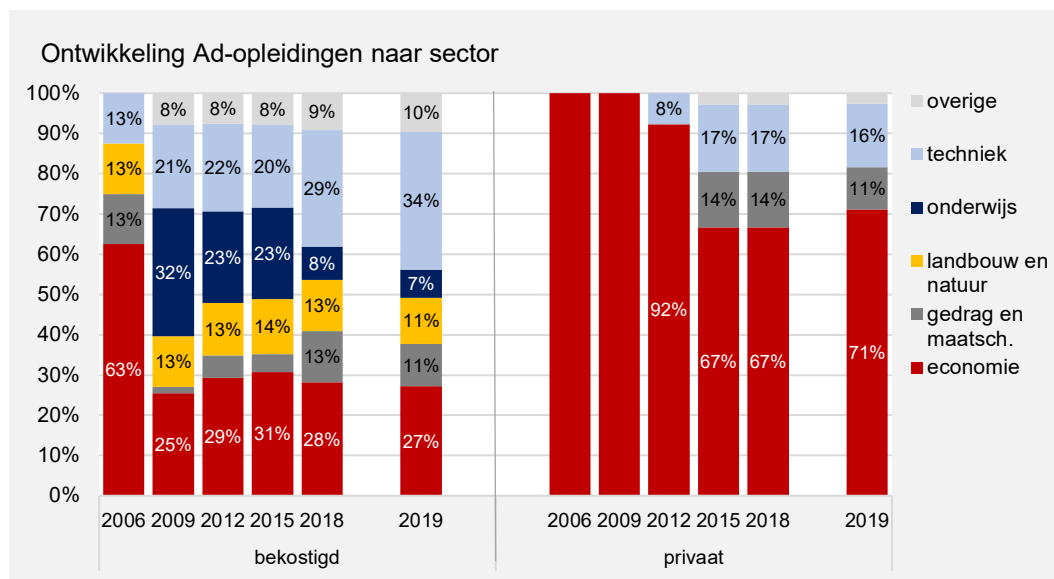
Bron: DUO, bewerking SEO

Figuur 2.2 en Figuur 2.1 laten gezamenlijk zien dat het aanbod publiek bekostigde Ad-opleidingen meer divers is, maar dat private Ad-opleidingen vaker door meerdere aanbieders tegelijk worden aangeboden. Zo is het totale aanbod van Ad-opleidingen ongeveer gelijk voor publiek bekostigde en private aanbieders, terwijl de hoeveelheid unieke Ad-opleidingen bij publiek bekostigde instellingen driemaal groter is dan bij private aanbieders.

Sector en opleidingsvorm

Het publiek bekostigde aanbod bestaat voor het grootste deel uit technische en economische Ad-opleidingen (Figuur 2.3). Hierbij is het aandeel technische opleidingen gestaag gegroeid sinds de start van de Ad. Het aandeel van publiek bekostigde opleidingen in de sector onderwijs was in 2009 nog aanzienlijk (32 procent), maar bedraagt in 2019 minder dan 10 procent. De private Ad-opleidingen bestaan voor het grootste deel uit economische opleidingen. De overige 30 procent zijn opleidingen uit de sectoren techniek en gedrag en maatschappij, voor een groot deel gestart na 2015.

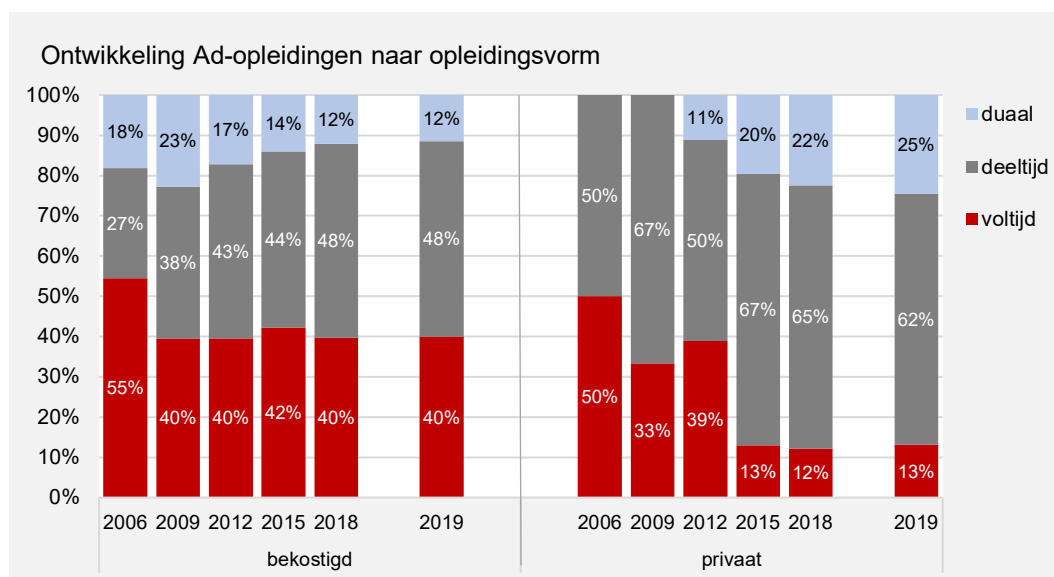
Figuur 2.3 Het Ad-aanbod bestaat voor het grootste deel uit economische en technische opleidingen



Bron: DUO, bewerking SEO

Het grootste deel van de Ad-opleidingen wordt aangeboden in deeltijd, zoals Figuur 2.4 laat zien. In 2019 bedraagt het aandeel deeltijdopleidingen respectievelijk 48 en 62 procent bij publiek bekostigde en private aanbieders. Voor de publiek bekostigde aanbieders geldt dat het aandeel duale opleidingen gedaald is in de afgelopen twaalf jaar. In 2019 werd 12 procent van de publiek bekostigde opleidingen aangeboden in duale vorm en 40 procent in voltijdvorm. Bij de private aanbieders is het aandeel duale opleidingen juist gestegen naar 25 procent in 2019. Voltijdopleidingen maken in 2019 nog maar 13 procent uit van het private aanbod Ad-opleidingen.

Figuur 2.4 Bekostigde en private Ad-aanbod bestaat voor het grootste deel uit deeltijdopleidingen



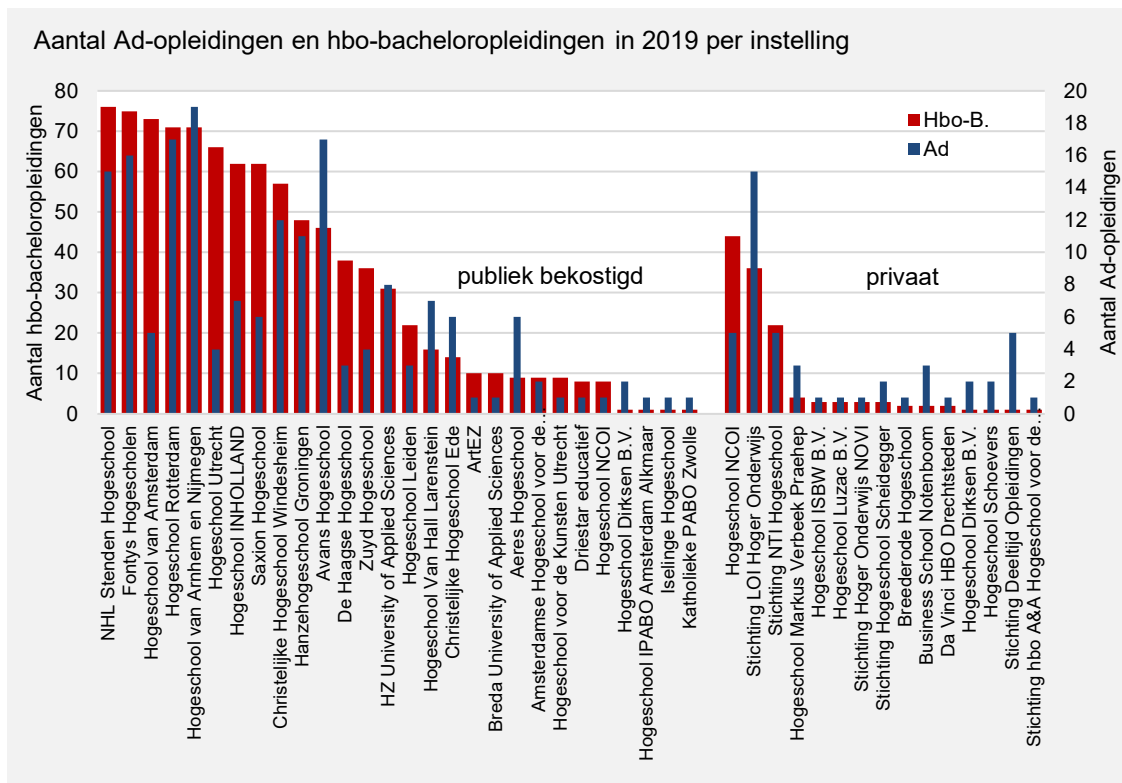
Bron: DUO, bewerking SEO

Instellingen en geografische spreiding

Figuur 2.5 en Figuur 2.6 laten zien waar Ad-opleidingen in 2019 worden aangeboden. Zo toont Figuur 2.5 dat Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN), Avans Hogeschool en Hogeschool Rotterdam de meeste verschillende publiek bekostigde Ad-opleidingen aanbieden. Uit dezelfde figuur blijkt dat Avans Hogeschool ten opzichte van het aantal hbo-bacheloropleidingen relatief veel Ad-opleidingen aanbiedt. Voor de Hogeschool van Amsterdam (HvA) geldt het omgekeerde: een klein aanbod Ad-opleidingen in verhouding tot het aanbod hbo-bacheloropleidingen.

LOI biedt met afstand de meeste verschillende private Ad-opleidingen aan. Ook ten opzichte van het aantal hbo-bacheloropleidingen is het aanbod Ad-opleidingen bij LOI groot. NCOI biedt daarentegen relatief weinig Ad-opleidingen aan. Er is ten slotte een betrekkelijk grote groep instellingen die één of enkele Ad-opleidingen aanbiedt, zowel binnen het publiek bekostigde aanbod als binnen het private aanbod.

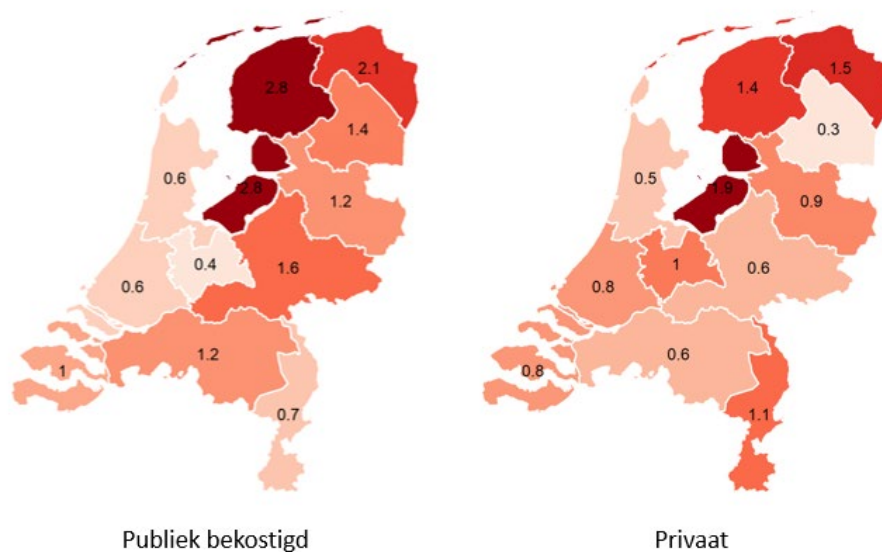
Figuur 2.5 HAN biedt de meeste Ad-opleidingen aan in 2019



Bron: DUO, bewerking SEO

Figuur 2.6 toont het aantal *unieke* opleidingen dat per 100.000 inwoners wordt aangeboden per provincie. Dit zegt iets over de mate waarin inwoners in verschillende gebieden wat te kiezen hebben tussen Ad-opleidingen. De vertaling naar provincies laat zien dat in Flevoland, Friesland en Groningen de meeste unieke Ad-opleidingen per 100.000 inwoners worden aangeboden. Dit geldt zowel voor het publiek bekostigde als voor het private aanbod. In de Randstad is het aanbod Ad-opleidingen afgezet tegen het aantal inwoners relatief klein. Bijlage D toont zowel het aantal unieke opleidingen als het totale aantal opleidingen per provincie.

Figuur 2.6 In Flevoland, Friesland en Groningen worden in 2019 de meeste *unieke* Ad-opleidingen aangeboden per 100.000 inwoners



Bron: DUO, bewerking SEO

2.2 Samenwerking mbo-instellingen en hogescholen

In een aantal van de Ad-opleidingen waarmee in 2018 is gesproken, was er nauwelijks sprake van samenwerking met een mbo-instelling bij de ontwikkeling en inhoudelijke invulling van Ad-opleidingen. Over een aantal Ad-opleidingen werd gezegd dat er geen mbo-opleiding is die inhoudelijk écht aansluit bij de Ad-opleiding. Dit geldt bijvoorbeeld voor een aantal specifieke civieltechnische Ad-opleidingen. En waar samenwerking potentieel zinvol lijkt, komt die niet zomaar van de grond: *“Het zijn toch aparte terreinen (mbo en Ad), eilandjes, met beide een hoge werkdruk. We zijn ons ervan bewust dat samenwerking eigenlijk zou moeten, maar toch komt het er niet van.”* Er lijkt een verschil te zijn in de mate van samenwerking met het mbo tussen voltijd- en deeltijdopleidingen. Voltijd Ad-opleidingen trekken vaker jongere deelnemers die nog geen baan hebben. Die doelgroep komt vaker uit het mbo, waardoor samenwerking met het mbo daar meer voor de hand ligt. Deeltijdopleidingen ontstaan vaker in intensief overleg met het werkveld, en minder vaak in overleg met het mbo.

Waar wel wordt samengewerkt, krijgt de samenwerking tussen hbo-instellingen en mbo-instellingen omtrent Ad-opleidingen vorm via verschillende kanalen. In de opleiding Ad Bedrijfskunde waarmee gesproken is hebben vertegenwoordigers van regionale ROC's zitting in een ontwikkelgroep van de Ad-opleiding. Ze zitten daarmee dicht op de ontwikkeling van de inhoud van de Ad-opleiding. Daarnaast geven docenten van de ROC's op detacheringsbasis les aan de Ad-studenten. Een voordeel van samenwerking met het mbo dat wordt genoemd, is dat het mbo gewend is te werken met de casuïstiek vanuit het bedrijf. Daardoor verloopt de samenwerking tussen de Ad-opleiding en het bedrijfsleven ook soepeler. Bij de Ad-opleidingen Communicatie en Crossmediale Communicatie zit de samenwerking met het mbo volgens de geïnterviewde vooral in studievoorzichtingsdagen en dagen waarop mbo'ers kunnen meelopen in een Ad-opleiding. Bovendien zijn er plannen om mbo'ers nog tijdens de mbo-opleiding een voortraject te laten doorlopen voor de Ad-

opleiding, met als doel de doorstroom te verbeteren. Ook een andere instelling met een Ad-opleiding Sociaal Werk in de Zorg heeft plannen om mbo-studenten een stukje van de Ad-opleiding te laten doorlopen tijdens de mbo-opleiding.

2.3 Betrokkenheid regionale bedrijfsleven

Samenwerking bij het ontwikkelen van een Ad-opleiding

De vijf Ad-opleidingen waarover is gesproken verschillen in de mate waarin het regionale bedrijfsleven betrokken was bij het opzetten van de opleiding. Bij de Ad Bedrijfskunde voltijd sprak de ontwikkelgroep in aanloop naar de start van de Ad-opleiding regelmatig met vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven over waaraan de nieuwe opleiding zou moeten voldoen. Vertegenwoordigers mochten reflecteren op portfolio's die gepresenteerd werden vanuit de ontwikkelgroep, waardoor een beeld ontstond van de vraag uit het bedrijfsleven. De deeltijdvariant is ontstaan vanuit de hbo-bachelor, daar heeft het bedrijfsleven minder zijn stempel gedrukt op het ontwikkelen van de Ad-opleiding. Ook bij de technische Ad-opleidingen waarmee is gesproken zijn vooraf afspraken gemaakt met het bedrijfsleven over de leeruitkomsten. Het contact was daar wel veel minder intensief: *“Er werd een plan voor nieuwe opleidingen gepresenteerd en driekwartjaar later werd het gepresenteerd als een voltooid iets zonder dat de bedrijven daar toen veel invloed op hadden. Ook omdat het een kopie is van de halve bacheloropleiding”*. Bij de Ad Sociaal Werk in de Zorg werd in een klankbordgroep (met daarin vertegenwoordigers van de Ad, hbo-bachelor Sociaal Werk in de Zorg, hbo-bachelor Verpleegkunde en twee werkgeversorganisaties) gesproken over de inhoud: wat is er nodig? Waar moeten afgestudeerden aan voldoen? Wat moet het verschil zijn tussen een Ad'er en een hbo-bachelorstudent? De klankbordgroep kwam bij de ontwikkeling van de opleiding zes keer per jaar bijeen, daarna vier keer.

Al met al had het bedrijfsleven bij de meeste Ad-opleidingen waarmee gesproken is wel een stem in de ontwikkeling van de Ad-opleiding, maar gaat het met name over hetgeen de Ad-afgestudeerden uiteindelijk moeten kennen en kunnen. Het regionale bedrijfsleven bepaalt over het algemeen niet welke route Ad-studenten afleggen om op dat punt te komen.

Samenwerking bij de invulling van de Ad-opleiding

Het contact tussen de Ad-opleidingen en het werkveld vindt doorgaans plaats via adviesraden, klankbordgroepen en werkveldcommissies waarin vertegenwoordigers van het onderwijs en het werkveld zitting hebben. Een vertegenwoordiger namens het bedrijfsleven legt uit wat er in de bijeenkomsten zoal besproken wordt: *“De commissie komt vier keer per jaar bij elkaar. In de commissie zitten vertegenwoordigers uit het werkveld: een aantal banken, productiebedrijven, gemeenten, provincies, rijksoverheid. Er bestaat een lijst met onderwerpen, waarvan er enkele worden uitgekozen om tijdens een bijeenkomst te bespreken. Vooraf wordt een agenda rondgestuurd en wordt soms gevraagd om stukken te lezen. Bijvoorbeeld vorig jaar over de accreditatie van sommige opleidingen. Er werd gevraagd daarnaar te kijken met de expertise vanuit het werkveld. Sluit het curriculum nog wel aan bij wat er in de praktijk gevraagd wordt? Is er nog wel een scriptie nodig om af te studeren? Dat soort vragen. Alle partijen in de raad geven daar advies over, de Ad-opleiding neemt die ter harte en gaat ermee aan de slag binnen de opleiding.”*

De Ad-opleiding is voor de invulling van het onderwijs soms ook deels afhankelijk van het werkveld, bijvoorbeeld als getoetst moet worden op de werkvloer. Dat vergt afstemming en instructie, omdat praktijkbegeleiders deze manier van werken meestal niet eigen zijn.

Net als bij de ontwikkeling van de Ad-opleidingen bepaalt het werkveld vooral de eindtermen en het beroepsprofiel en drukt daarmee een zware stempel op de inhoud van de opleiding. De Ad-opleiding zelf gaat over de vorm waarin onderwijs gegeven wordt en het samenstellen van het programma (de verschillende vakken).

Stages

De rol van stages staat vaak ter discussie, zo blijkt uit de rondgang langs de vijf Ad-opleidingen. Doordat de Ad-opleiding twee jaar duurt, krijgen studenten al in een vroeg stadium te maken met stages, in vergelijking met de hbo-bachelor. Dat is een voordeel voor veel studenten, maar niet altijd voor de werkgevers die stageplekken aanbieden. Werkgevers vinden dat de student *“wel iets moet kunnen”* voordat hij/zij begint met een stage. Tel daarbij op dat de Ad nog niet zo bekend is bij werkgevers, waardoor werkgevers soms nog zoekende zijn naar de inhoud en vorm van de stages bij samengaan met een Ad. Studenten regelen zelf de stages en dat mag volgens een geïnterviewde opleidingsmanager ook van ze verwacht worden: *“het is immers volwassenenonderwijs”*.

3 Ad-studenten

Het aantal studenten in Ad-opleidingen is door de jaren heen sterk gegroeid. Private Ad-opleidingen trekken gemiddeld oudere studenten en studenten die een deeltijdstudie willen doen. De duur van de opleiding (2 jaar) is voor veel studenten een belangrijke reden om voor een Ad-opleiding te kiezen.

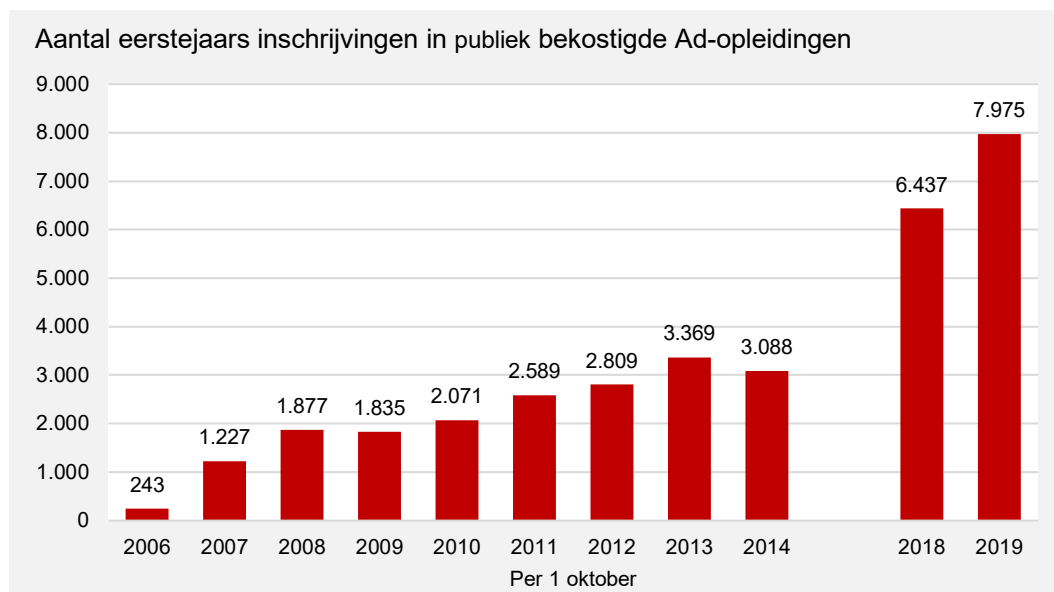
Dit hoofdstuk presenteert een beeld van de ontwikkeling in het aantal Ad-studenten en hun kenmerken. De ontwikkeling in het aantal Ad-studenten en de uitsplitsingen naar bijvoorbeeld opleidingsvorm en werkervaring zijn gebaseerd op de DUO-bestanden en enquêtegegevens. De DUO-gegevens bevatten informatie over *alle* Ad-studenten van bekostigde instellingen gedurende 2018 en 2019. Omdat sommige informatie in deze bestanden niet voorhanden is (bijvoorbeeld over studenten van private instellingen of over werkervaring) wordt ook geput uit de door SEO in 2018 en 2019 uitgezette enquêtes. De daaruit volgende statistieken zijn gewogen om ze representatief te maken voor de desbetreffende populatie.

3.1 Ontwikkeling aantal Ad-studenten

3.1.1 Publiek bekostigde Ad-opleidingen

Het aantal Ad-studenten neemt sinds een aantal jaar sterk toe (Figuur 3.1). Tussen 2014 en 2018 steeg het aantal eerstejaars Ad-studenten met meer dan 100 procent van 3.088 naar 6.437. In 2019 bedraagt het aantal eerstejaars 7.975 en is daarmee met bijna een kwart gegroeid ten opzichte van het voorgaande jaar.

Figuur 3.1 Het aantal eerstejaars inschrijvingen in publiek bekostigde Ad-opleidingen neemt de laatste jaren sterk toe



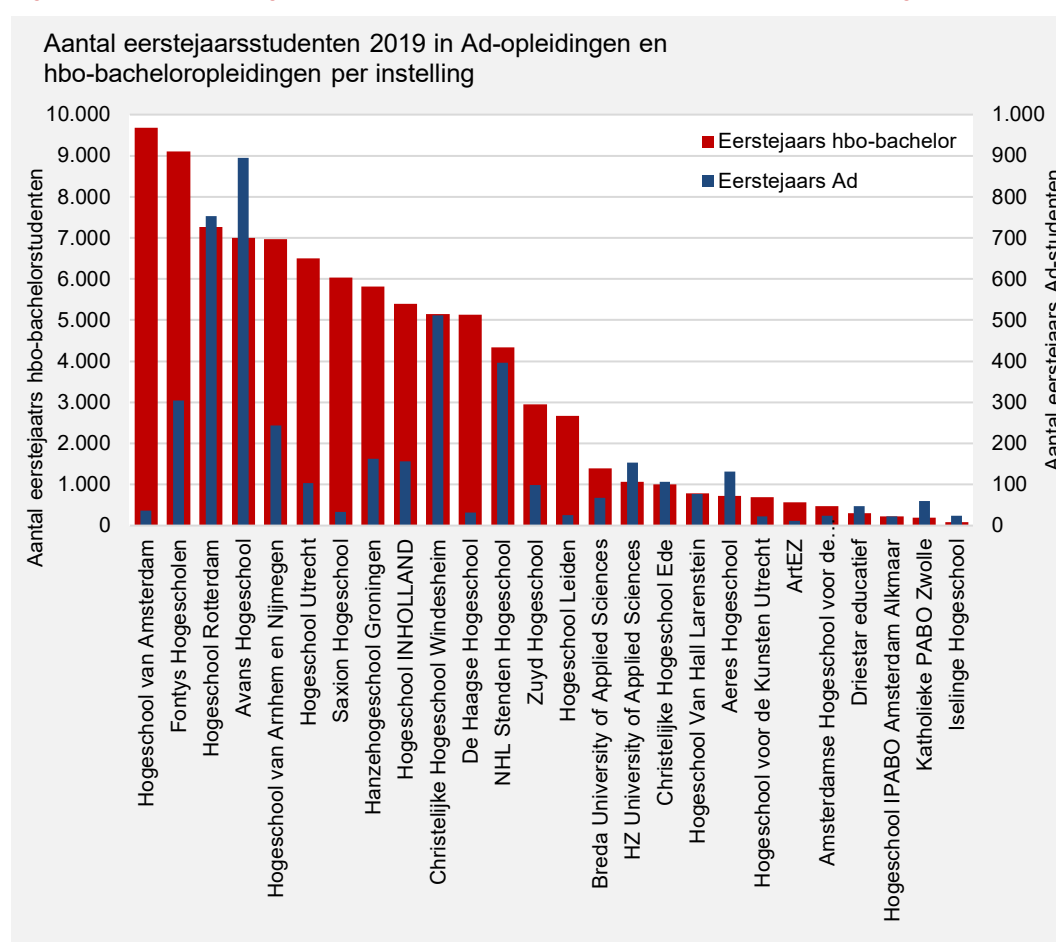
Noot: gegevens over 2015-2017 zijn niet bekend.

Bron: DUO, bewerking ecbo en SEO

Figuur 3.2 zet het aantal eerstejaarsstudenten in hbo-bacheloropleidingen per instelling naast het aantal eerstejaarsstudenten in Ad-opleidingen. Daardoor ontstaat een beeld van de hbo-instellingen die vol inzetten op Ad-studenten en hbo-instellingen die minder aandacht besteden aan Ad-opleidingen.

Uit Figuur 3.2 volgt dat Avans Hogeschool, Hogeschool Rotterdam, Hogeschool Windesheim en NHL Stenden Hogeschool als grote hbo-instellingen relatief veel Ad-studenten trekken. Dat geldt met name voor Avans Hogeschool en Hogeschool Rotterdam, met respectievelijk 9.000 en 7.500 eerstejaarsstudenten in 2019. Grote instellingen die veel minder Ad-studenten aantrekken, zijn Hogeschool van Amsterdam (HvA), Hogeschool Utrecht, Saxion Hogeschool en De Haagse Hogeschool.

Figuur 3.2 Avans Hogeschool heeft relatief veel Ad-studenten, HvA relatief weinig

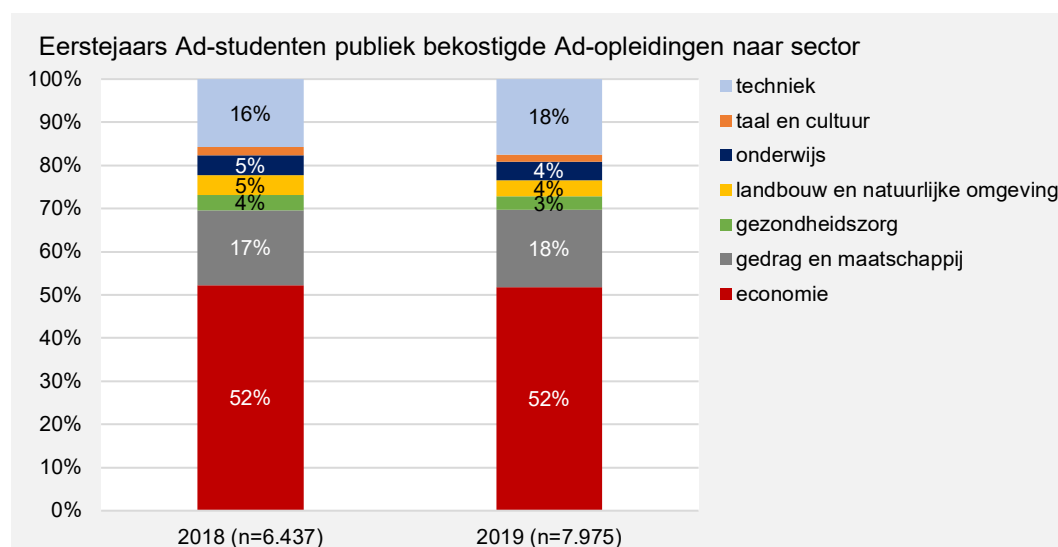


Noot: in deze figuur is uitgegaan van de eerstejaarsstudenten die niet eerder een opleiding in het hoger onderwijs volgden. Daardoor matchen de totalen niet met de genoemde aantallen in Figuur 3.1.

Bron: DUO, bewerking SEO

Figuur 3.3 toont dat in 2018 en 2019 meer dan 50 procent van de eerstejaarsstudenten in een publiek bekostigde Ad een economische opleiding volgde. Iets minder dan 35 procent van de Ad-eerstejaars volgde een opleiding in de sector techniek of gedrag en Maatschappij. De overige 15 procent was in ongeveer gelijke mate verdeeld over de overige sectoren. De verdeling van eerstejaars Ad-studenten over sectoren is tussen 2018 en 2019 nauwelijks veranderd.

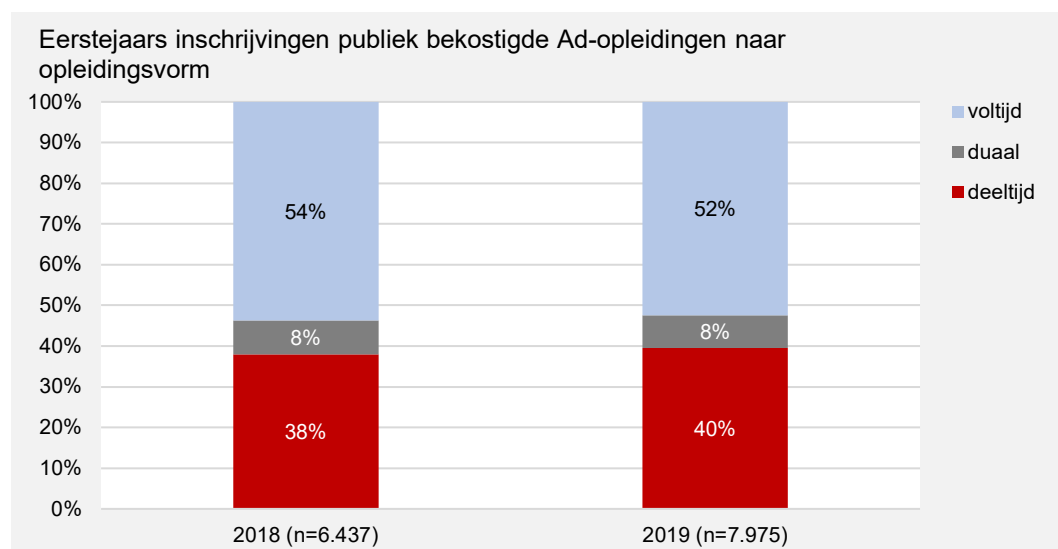
Figuur 3.3 Het merendeel van de eerstejaars Ad-studenten volgt een economische studie



Bron: DUO, bewerking SEO

Figuur 3.4 laat zien dat meer dan de helft van de eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen een voltijd opleiding volgt. Ongeveer 40 procent en 10 procent volgen respectievelijk een deeltijd- en duale opleiding. Deze verhouding is ongeveer gelijk voor beide cohorten. Een blik op Figuur 2.4 (40 procent van de publiek bekostigde Ad-opleidingen is in voltijd) leert dat voltijd-opleidingen over het algemeen meer studenten hebben dan deeltijdopleidingen.

Figuur 3.4 De meeste Ad-eerstejaars van publiek bekostigde opleidingen volgen een voltijdstudie

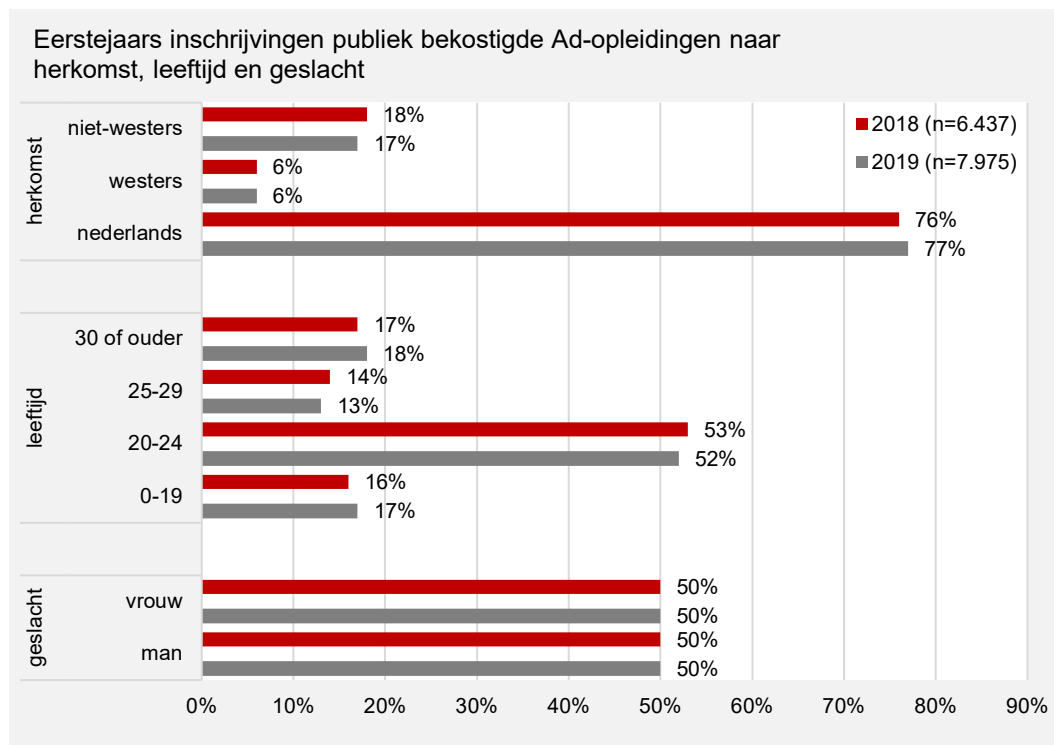


Bron: DUO, bewerking SEO

Figuur 3.5 toont de demografische kenmerken van de eerstejaars Ad-studenten in publiek bekostigde opleidingen. Voor beide cohorten geldt dat evenveel mannen als vrouwen zijn ingestroomd. De meerderheid van de studenten is tussen de 20 en 24 jaar. Ten slotte is iets minder dan 80 procent van de Ad-studenten van Nederlandse herkomst en iets minder dan 20 procent van niet-westerse

herkomst. De verdeling naar achtergrondkenmerken is gelijk voor de eerstejaars in 2018 en de eerstejaars in 2019.

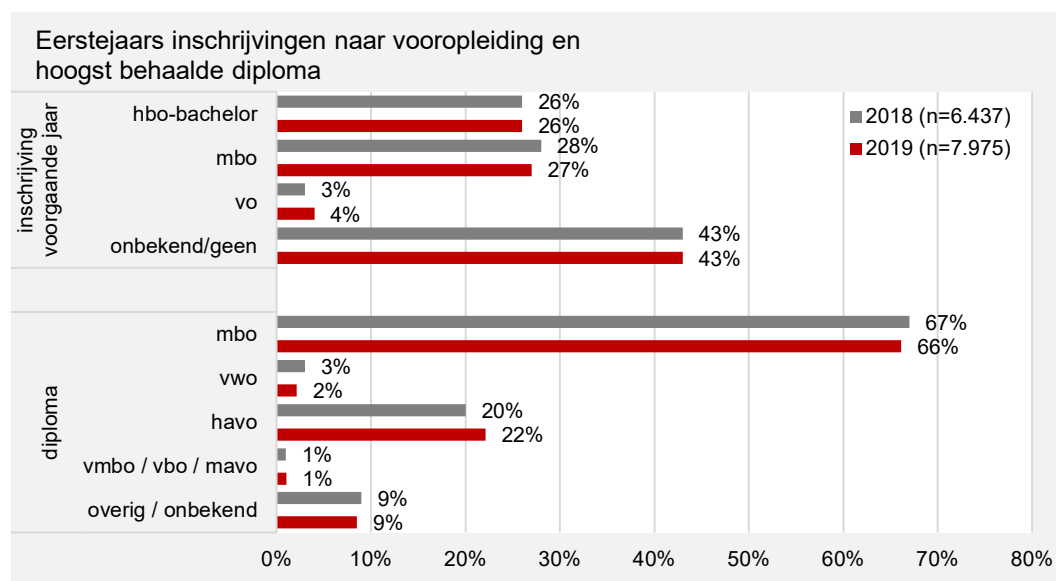
Figuur 3.5 Demografische kenmerken van eerstejaars Ad-studenten bij bekostigde instellingen



Bron: DUO, bewerking SEO

Ongeveer een kwart van de eerstejaars Ad-studenten in publiek bekostigde opleidingen stond in het jaar voorafgaand aan de Ad-opleiding ingeschreven bij een hbo-bacheloropleiding, zo laat Figuur 3.6 zien. Voor een derde van de eerstejaars geldt dat zij een jaar eerder stonden ingeschreven bij een middelbare school of (vooral) een mbo-instelling. Bij de resterende Ad-eerstejaars was er geen sprake van een onderwijsinschrijving of zijn de gegevens onbekend. Figuur 3.6 laat tevens zien dat voor twee derde van de eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen een mbo-diploma het hoogst behaalde diploma is. Een kwart van de instromers heeft niet hoger dan een diploma in het voortgezet onderwijs behaald. Wederom geldt dat voor beide instroomcohorten de verdelingen gelijk zijn.

Figuur 3.6 Zeker een kwart van de eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen volgde een jaar eerder een hbo-bachelor

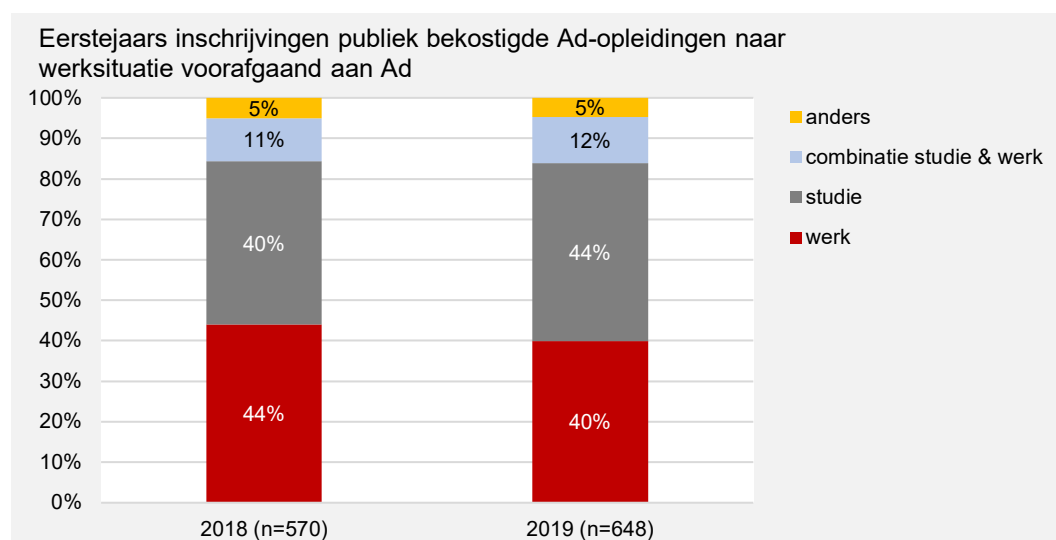


Bron: DUO, bewerking SEO

In aanvulling op de registerdata, tonen de enquêtegegevens dat een aanzienlijk deel van de eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen voorafgaand aan de opleiding werkt. Figuur 3.7 toont dat ongeveer 42 procent van de eerstejaarsstudenten werkt voordat zij aan de opleiding beginnen en dat ongeveer 12 procent werk en studie combineert. Circa 42 procent is hoofdzakelijk met een studie bezig in het jaar voor aanvang van de Ad-opleiding.

Uit de enquêtegegevens blijkt dat circa 85 procent van de studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen werkt *gedurende* de studie (niet in figuur getoond). De Ad-opleiding wordt dus overwegend gecombineerd met een (bij)baan.

Figuur 3.7 Ongeveer 55 procent van de eerstejaarsstudenten in een publiek bekostigde Ad werkte voordat zij aan de Ad-opleiding begonnen



Bron: Enquête onder studenten private Ad-opleidingen, bewerking SEO

Bijlage B toont per sector een lijst met publiek bekostigde Ad-opleidingen en het aantal en aandeel eerstejaarsinschrijvingen in 2018 en 2019, uitgesplitst naar studenten die wel of niet doorgestroomd zijn vanuit het onderwijs.

3.1.2 Private Ad-opleidingen

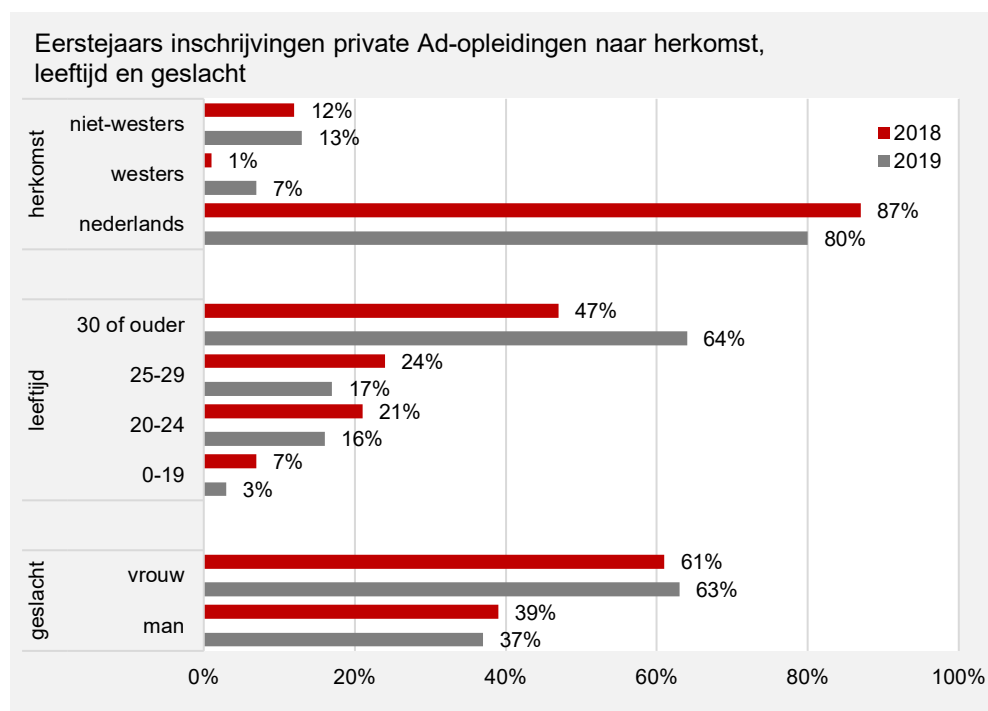
Voor private Ad-opleidingen worden de gegevens op persoonsniveau niet publiek vrijgegeven voor onderzoek. Om die reden is het niet mogelijk om voor de gehele populatie eerstejaars Ad-studenten statistieken over aantallen en persoonskenmerken zoals hierboven te rapporteren. De enquête voor Ad-studenten van private instellingen biedt wel de mogelijkheid om een aantal statistieken te rapporteren over Ad-studenten (zowel eerstejaars als tweedejaars) aan een selectie van private instellingen, zoals demografische kenmerken en vooropleiding. Tevens heeft DUO inzicht gegeven in het totaal aantal ingeschreven Ad-studenten bij private instellingen. Deze deelparagraaf presenteert deze statistieken.

Uit niet-gepubliceerde gegevens van DUO (afkomstig uit BRON-HO) komt naar voren dat 1.500 studenten op enig moment stonden ingeschreven bij een private Ad-opleiding gedurende studiejaar 2018-2019. Voor het studiejaar 2019-2020 bedraagt dit aantal 1.800. Dit duidt op een stijging van ongeveer 20 procent. Een belangrijke kanttekening is dat het in beide gevallen vermoedelijk een onderschatting betreft. Private instellingen zijn namelijk niet wettelijk verplicht om studentgegevens te delen. Wel is het waarschijnlijk dat het aantal fors onder het aantal Ad-studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen ligt (bijna 8 duizend in 2019).

Figuur 3.8 laat zien dat de meerderheid van de studenten van private Ad-opleidingen vrouw, 30 jaar of ouder en van Nederlandse komaf is. De verdelingen zijn voor beide cohorten ongeveer gelijk. Alleen voor de leeftijd geldt een aanzienlijke verschuiving: het aandeel van individuen dat 30 jaar of ouder is stijgt met 17 procentpunt tot 64 procent in 2019. Mogelijk is dit het gevolg van verschillen in de steekproef en respons tussen de jaren.

In vergelijking met de publiek bekostigde Ad-opleidingen, zijn studenten in private Ad-opleidingen gemiddeld ouder en vaker vrouw. De uitkomst dat private Ad-opleidingen meer vrouwelijke deelnemers hebben, kan ook veroorzaakt worden doordat vrouwen beter dan mannen responderen op de enquête. Dit blijkt ook uit de enquête die is uitgezet bij studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen: 56 procent van de respondenten is vrouw, terwijl van alle eerstejaars Ad-studenten 50 procent vrouw is (in 2019-2020).

Figuur 3.8 Een groot deel van Ad-studenten in private opleidingen is 30 jaar of ouder

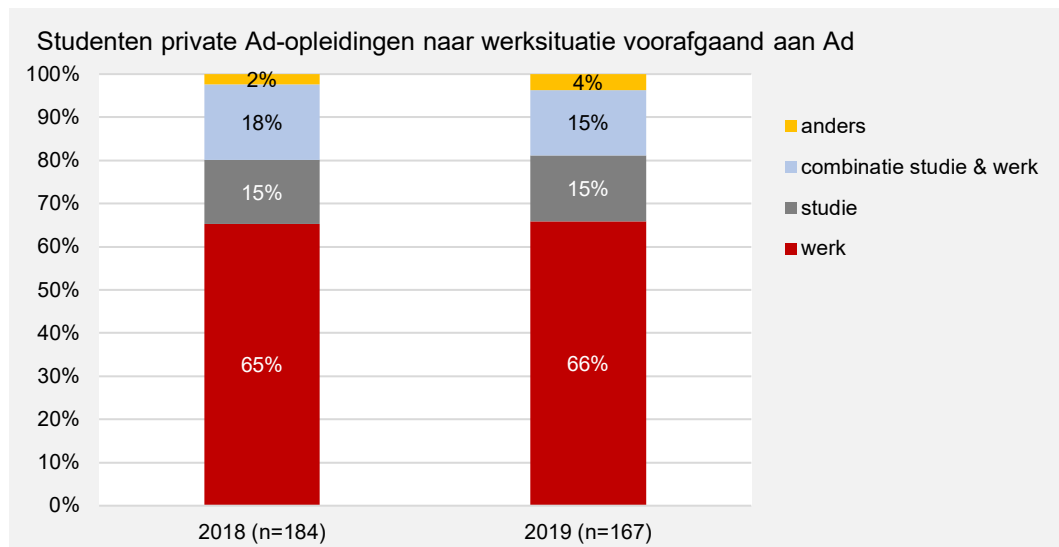


Bron: Enquête onder studenten private Ad-opleidingen, bewerking SEO

Gedurende 2018 en 2019 werkten respectievelijk 90 procent en 94 procent van de studenten in private Ad-opleidingen gedurende hun opleiding (niet getoond in figuur). Bij studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen ligt dit percentage iets lager. In het jaar voorafgaand aan deelname aan de private Ad-opleiding werkt zo'n 65 procent van de studenten, zoals blijkt uit Figuur 3.9. Nog eens 15 procent (2019) tot 18 procent (2018) combineert werk en studie voordat zij de private Ad-opleiding starten. 15 procent van de studenten in private Ad-opleidingen is louter met een studie bezig voordat zij beginnen met de Ad-opleiding.

Het is duidelijk dat studenten in private Ad-opleidingen vaker dan studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen werken (en geen studie volgen) voordat zij met de opleiding beginnen. Het is daarmee een andere populatie studenten, mede ook getuige hun gemiddeld oudere leeftijd. De deeltijdstudenten van publieke bekostigde Ad-opleiding lijken dan ook meer op de studenten van private Ad-opleidingen. Zo blijkt dat 68 procent van de deeltijdstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen voorafgaande aan de studie werkte en 12 procent studie en werk combineerde. Deze aandelen komen nagenoeg overeen met de aandelen die worden weergegeven in Figuur 3.9.

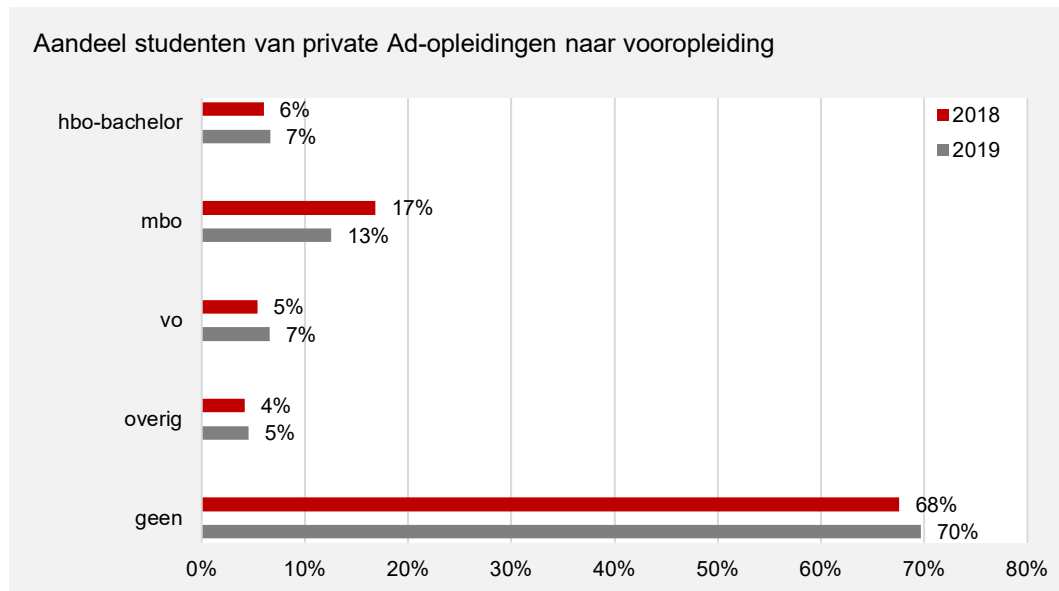
Figuur 3.9 De meerderheid van de studenten werkt voorafgaande aan de private Ad-opleiding



Bron: Enquête onder studenten private Ad-opleidingen, bewerking SEO

Van het aandeel studenten in private Ad-opleidingen dat wel studeert voorafgaand aan de Ad-opleiding (ongeveer 30 procent), stroomt rond de helft (15 procent van het totaal) van de studenten door vanuit een mbo-opleiding, zo blijkt uit Figuur 3.10. Ongeveer 20 procent van de doorstromers uit het onderwijs (6 procent van het totaal) deed eerder een hbo-bacheloropleiding. Vanwege het grote aandeel dat voorafgaand aan de opleiding uitsluitend werkt en geen studie volgt, trekken private Ad-opleidingen relatief meer individuen zonder recente onderwijsinschrijving dan publiek bekostigde Ad-opleidingen.

Figuur 3.10 Ongeveer 15 procent van de studenten bij private Ad-opleidingen stroomt door vanuit het mbo

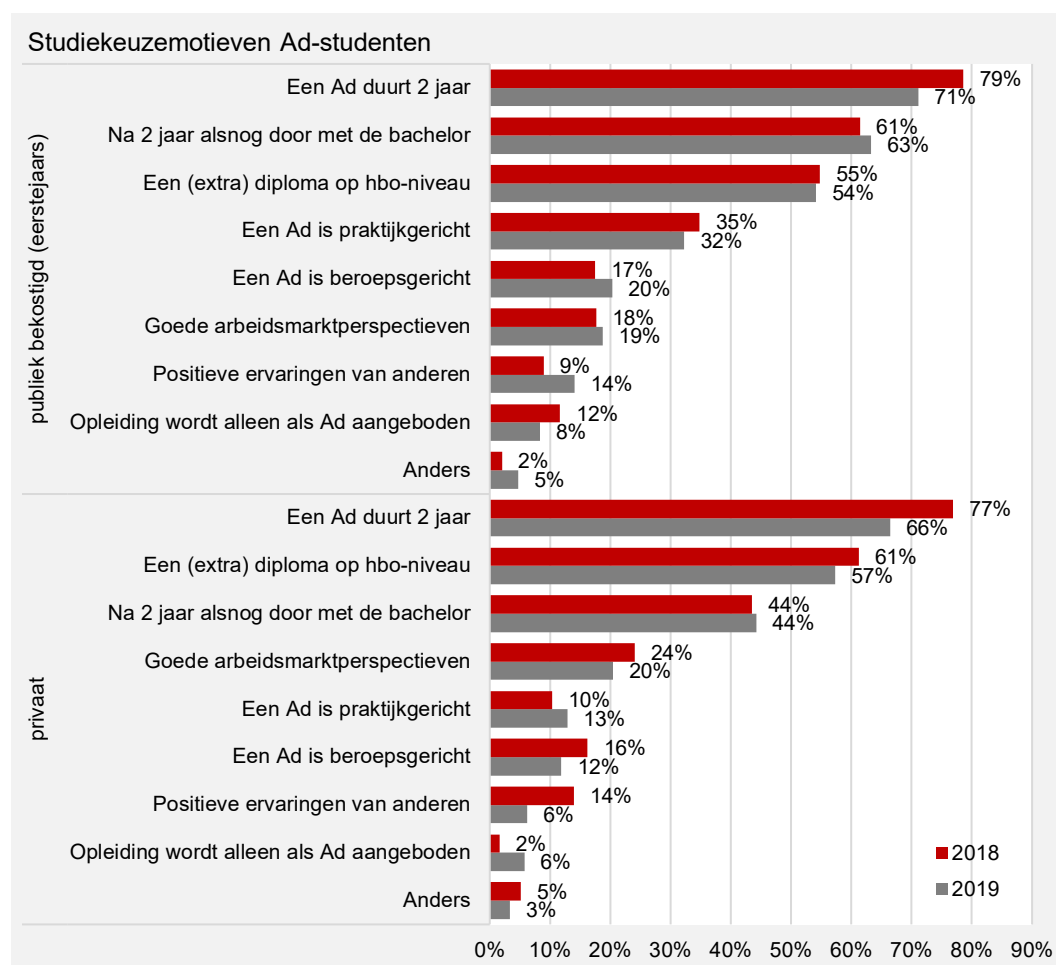


Bron: Enquête onder studenten private Ad-opleidingen, bewerking SEO

3.2 Studiekeuzemotieven

Uit Figuur 3.11 komt naar voren dat de opleidingsduur voor studenten de belangrijkste reden is om voor een Ad-opleiding te kiezen. Voor zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen geldt dat ongeveer 75 procent van de studenten aangeeft dat de duur een belangrijk keuzemotief is. Een andere belangrijke reden is de mogelijkheid om door te stromen naar een hbo-bachelor (ongeveer 60 procent voor studenten in publiek bekostigde opleidingen en 44 procent voor studenten in private Ad-opleidingen). Verder geeft ongeveer 55 procent van de studenten in private Ad-opleidingen en studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen aan dat het verkrijgen van een (extra) diploma op hbo-niveau een grote rol speelt bij de keuze voor de Ad. Bij elkaar wijzen deze antwoorden erop dat individuen voor een Ad-opleiding kiezen omdat het in relatief korte tijd een opleiding van hbo-niveau biedt. Bovendien geeft een Ad-opleiding de mogelijkheid om door te studeren waardoor de horizon bij aanvang breed blijft. Er zijn weinig verschillen in studiekeuzemotieven tussen studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en private Ad-opleidingen. De studenten in een publiek bekostigde Ad-opleidingen geven wel relatief vaak aan dat ze na een Ad-opleiding door kunnen in een hbo-bacheloropleiding. Dat heeft te maken met de gemiddeld lagere leeftijd van deze studenten ten opzichte van studenten in een private Ad-opleiding.

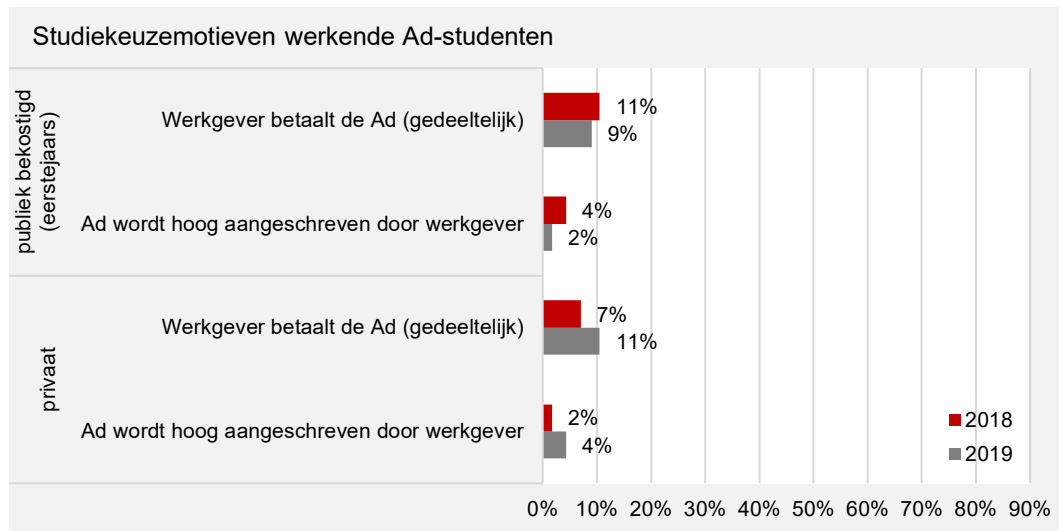
Figuur 3.11 De relatief korte duur van de Ad-opleiding is voor de meeste studenten een belangrijke reden om voor een Ad-opleiding te kiezen



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

Voor werkende Ad-studenten gelden mogelijk aanvullende redenen om voor een Ad-opleiding te kiezen. Zoals eerder benoemd blijkt uit de enquêtegegevens dat in 2018 en 2019 ongeveer 85 procent van de Ad-studenten van private opleidingen en publiek bekostigde opleidingen werkt gedurende de opleiding (er is geen onderscheid gemaakt in bijbaan of andere baan). Figuur 3.12 toont dat ongeveer 10 procent van deze groep aangeeft dat de financiering door de werkgever een belangrijke reden is geweest om voor de Ad te kiezen. Ten slotte geeft slechts tussen de 2 en 4 procent van de werkende Ad-studenten aan dat de studiekeuze is gemaakt omdat de Ad hoog wordt aangeschreven door de werkgever. Al met al lijkt de invloed van de werkgever bij het kiezen voor een Ad-opleiding beperkt.

Figuur 3.12 Ongeveer 10 procent van de werkende Ad-studenten geeft aan dat financiering door de werkgever een belangrijke reden is om de Ad te kiezen

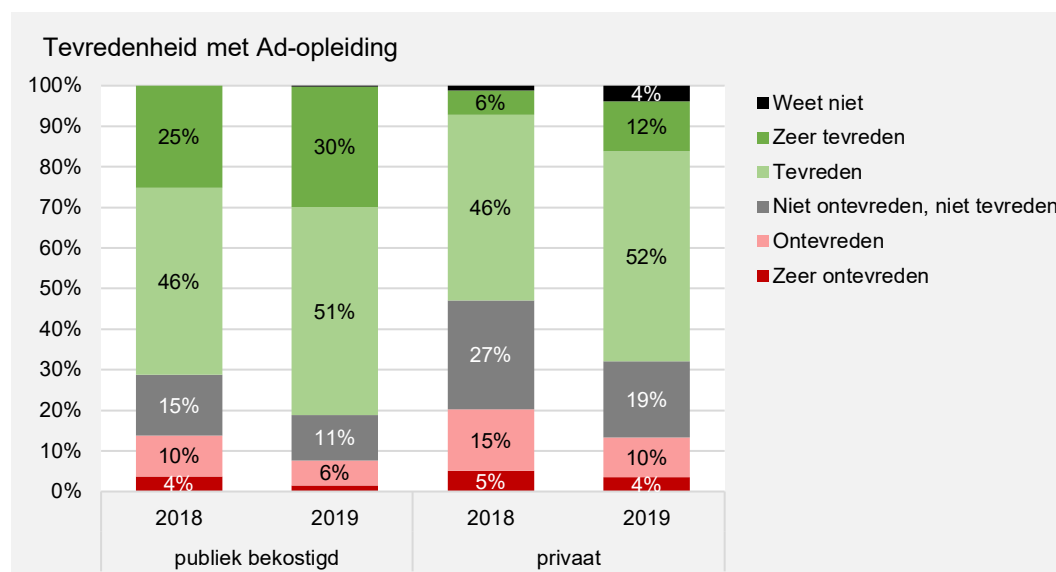


Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

3.3 Tevredenheid

Figuur 3.13 laat zien dat bij zowel publiek bekostigde Ad-opleidingen als bij private Ad-opleidingen de meerderheid van de studenten tevreden of zeer tevreden is met hun Ad-opleiding. Bij publiek bekostigde Ad-opleidingen ligt dit percentage hoger, op 71 procent in 2018 en 81 procent in 2019. Bij de private Ad-opleidingen geeft in 2018 52 procent aan tevreden of zeer tevreden te zijn met de Ad-opleiding. In 2019 is het aandeel groter: 64 procent.

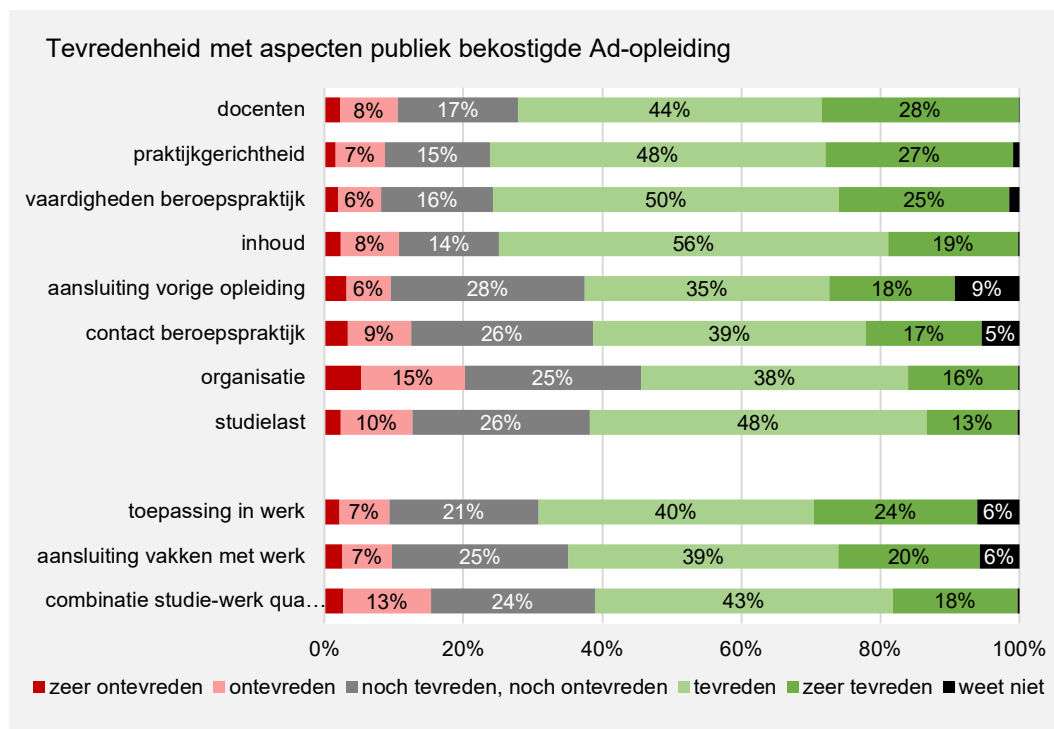
Figuur 3.13 Bij de publiek bekostigde opleidingen is meer dan 75 procent van de studenten (zeer) tevreden met de Ad-opleiding



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

Wanneer de tevredenheid wordt uitgesplitst naar verschillende aspecten van de Ad-opleiding blijkt dat studenten van publiek bekostigde opleidingen het meest tevreden zijn over de docenten, praktijkgerichtheid, de opgedane vaardigheden voor de beroepspraktijk en de inhoud (zie Figuur 3.14, waarin de resultaten van 2018 en 2019 zijn samengevoegd). Over de organisatie zijn studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen het minste te spreken: 22 procent is hierover (zeer) ontevreden. Ten slotte zijn de werkende studenten bij een publiek bekostigde Ad-opleiding voor een groot deel tevreden over de mate waarin het geleerde kan worden toegepast in de praktijk en de aansluiting van de opleiding met het werk.

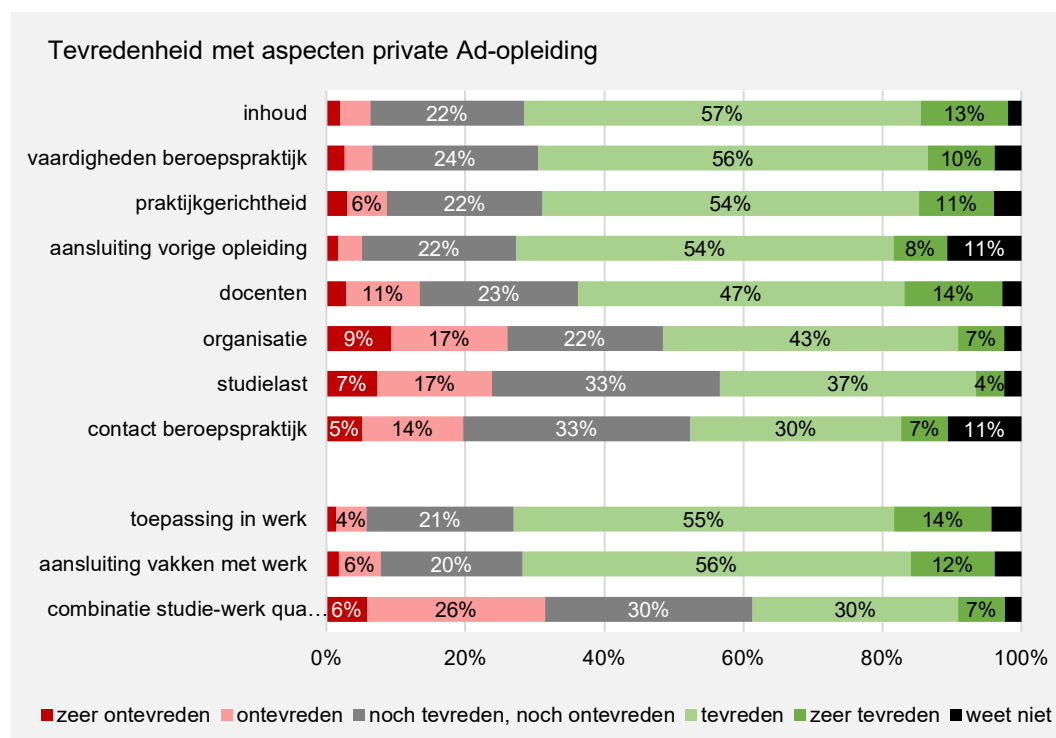
Figuur 3.14 Studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn het meest tevreden over de docenten, praktijkgerichtheid en de geleerde vaardigheden voor de beroepspraktijk



Bron: Enquête onder eerstejaarsstudenten publiek bekostigde Ad-opleidingen, bewerking SEO

Voor studenten van private Ad-opleidingen geldt eveneens dat zij de praktijkgerichtheid en de geleerde vaardigheden voor de beroepspraktijk positief waarderen (Figuur 3.15). Daarbij waarderen zij de inhoud van de opleiding het meest positief. Evenals voor studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen, geldt dat studenten in private Ad-opleidingen gemiddeld het meest ontevreden zijn over de organisatie. 28 procent is hierover ontevreden of zeer ontevreden. Voor 69 procent van de werkende studenten in private Ad-opleidingen geldt dat zij (zeer) tevreden zijn over de mate waarin het geleerde kan worden toegepast in de praktijk. Daarentegen geeft 34 procent van deze groep aan dat zij (zeer) ontevreden zijn over de mate waarin werk en opleiding qua tijdsbelasting te combineren zijn. Daarmee ervaren studenten in een private Ad-opleiding meer problemen met het combineren van opleiding en werk dan studenten in een publiek bekostigde Ad-opleiding. Waarschijnlijk hangt dit samen met de intensiteit van de baan die naast de Ad-opleiding wordt ingevuld. Zo blijkt dat werkende studenten van private Ad-opleidingen gemiddeld 31 uur per week werken. Bij publiek bekostigde Ad-opleidingen bedraagt dit een lager gemiddelde: 23 uur per week.

Figuur 3.15 Ad-studenten bij private instellingen zijn het meest tevreden over de inhoud, de geleerde vaardigheden voor de beroepspraktijk en de praktijkgerichtheid



Bron: Enquête onder studenten van private Ad-opleidingen, bewerking SEO

3.4 Uitval

De enquête onder studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen geeft informatie over het aantal uitvallers en hun beweegredenen. Voor private Ad-opleidingen is deze informatie niet beschikbaar, omdat enquêtes alleen verzonden werden naar studenten die op dat moment stonden ingeschreven.

Respectievelijk vier en vijf procent van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen stopte met de opleiding in 2018 en 2019. Figuur 3.15 toont de belangrijkste beweegredenen om te stoppen. Iets minder dan 50 procent van de uitvallers geeft aan dat een tegenvallende studie-inhoud een rol heeft gespeeld bij hun keuze om te stoppen. Een verkeerde verwachting ten aanzien van het studieniveau is voor 34 procent van de uitvallers bepalend geweest. Bij de categorie 'Anders', die door ongeveer 30 procent van de respondenten wordt geselecteerd, worden in het vrije tekstdeel diverse redenen genoemd. Eén van de respondenten laat bijvoorbeeld weten: *"Ik ben binnen dezelfde hogeschool overgegaan op de bachelor op advies van docenten en mensen in mijn omgeving."* Een andere respondent houdt het kort en geeft aan: *"Verkeerd geïnformeerd."*

Figuur 3.16 De voornaamste reden dat studenten stoppen met de Ad-opleiding is omdat de inhoud tegenvalt of de inhoud anders is dan verwacht



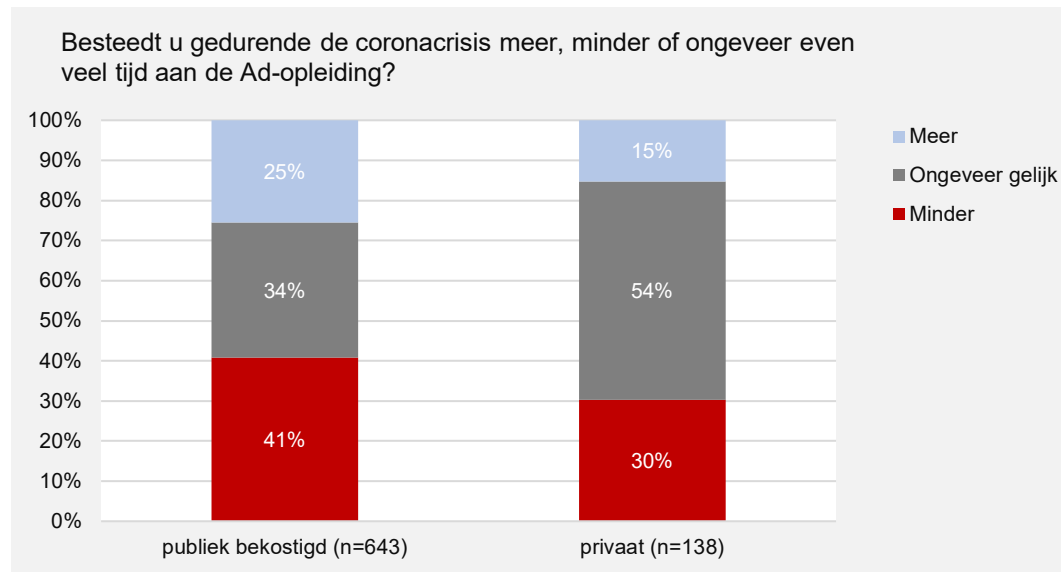
Bron: Enquête onder eerstejaarsstudenten publiek bekostigde Ad-opleidingen, bewerking SEO

3.5 Gevolgen corona

In de enquêtes die zijn uitgezet in 2020 zijn vragen toegevoegd over de impact van de coronapandemie op de ervaringen van Ad-studenten. De enquête is in juni 2020 uitgezet en de vragen hebben dus betrekking op de eerste coronaperiode tussen maart en juni 2020.

Bij geëncquêteerde studenten van zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen blijkt dat een groot deel minder tijd aan de studie besteedt sinds het uitbreken van de coronacrisis. Respectievelijk 41 en 30 procent van de studenten in publiek bekostigde en private Ad-opleidingen geeft aan dat zij *minder* tijd besteden aan de studie (Figuur 3.17). Daar staat tegenover dat 25 procent van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen juist *meer* tijd besteed aan de opleiding. Bij studenten van private Ad-opleidingen bedraagt dit 15 procent.

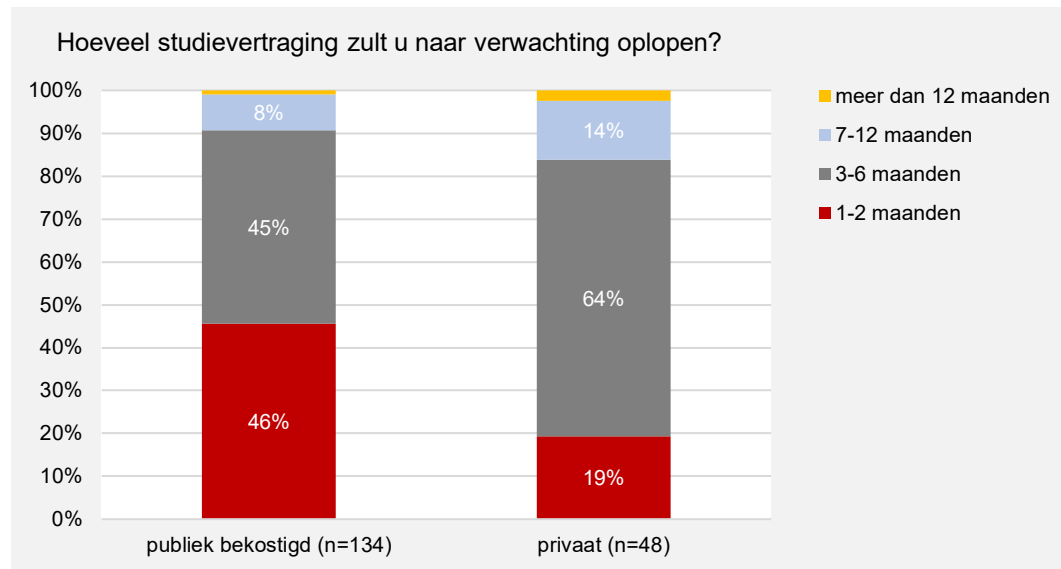
Figuur 3.17 Ongeveer 35 procent van de Ad-studenten besteedt minder tijd aan de opleiding gedurende de coronacrisis



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

De coronasituatie en de verminderde tijd die besteed wordt aan de opleiding leiden wellicht tot studievertraging. De enquête wijst uit dat 20 procent van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen verwacht vertraging op te lopen *vanwege de coronacrisis*. Bij studenten van private Ad-opleidingen is dit aandeel hoger: 33 procent. De studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen die verwachten vertraging op te lopen, verwachten in 45 procent van de gevallen dat de vertraging 3 tot 6 maanden zal duren (Figuur 3.18). Negen procent van voorgenoemde groep verwacht meer dan zes maanden studievertraging op te lopen. Van studenten van private Ad-opleidingen die verwachten vertraging op te lopen, verwacht 64 procent 3 tot 6 maanden studievertraging op te lopen. 17 procent verwacht meer dan zes maanden vertraging op te lopen. Dus studenten in private Ad-opleidingen verwachten niet alleen vaker vertraging op te lopen dan studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen, de vertraging is naar verwachting ook langer.

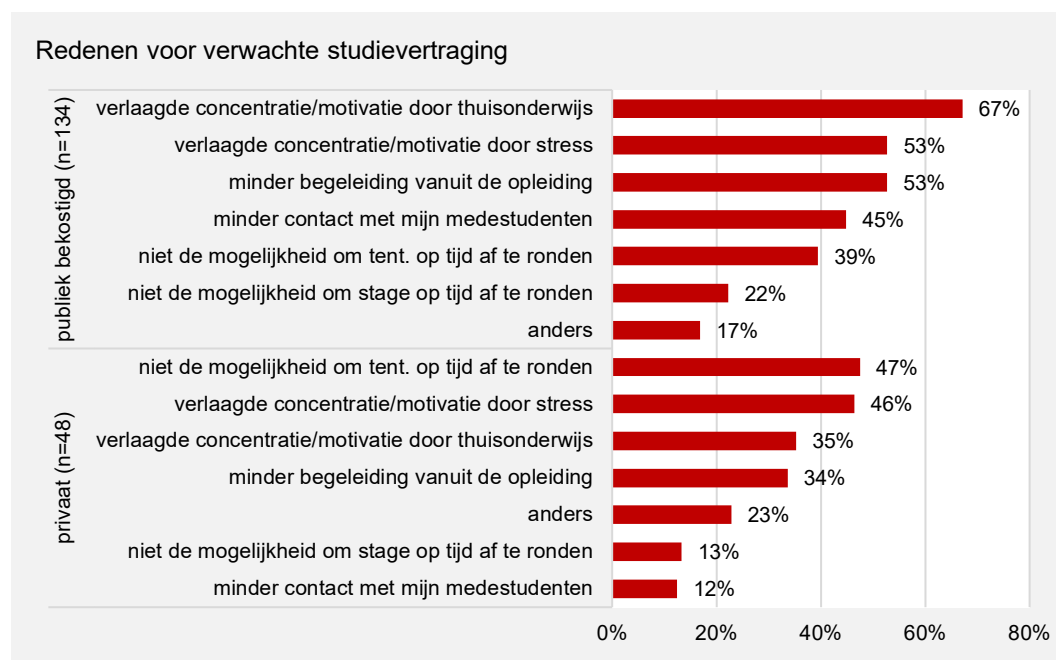
Figuur 3.18 Respondenten die verwachten studievertraging op te lopen, verwachten in meer dan de helft van de gevallen dat de studievertraging drie of meer maanden zal duren.



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

De redenen voor de verwachte vertraging zijn divers. Figuur 3.19 laat zien dat voor studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen verminderde concentratie en/of motivatie door thuisonderwijs en stress als voornaamste reden voor de verwachte vertraging wordt benoemd (respectievelijk 67 en 53 procent). Ook minder begeleiding vanuit de opleiding wordt vaak (53 procent) als reden aangegeven. Voor de private Ad-opleidingen geldt dat 47 procent van de studenten aangeeft studievertraging op te lopen omdat zij niet de mogelijkheid hebben om tentamens op tijd af te ronden. Ook een verlaagde concentratie en/of motivatie door stress is bij deze groep een veelvoorkomende reden voor verwachte studievertraging (46 procent).

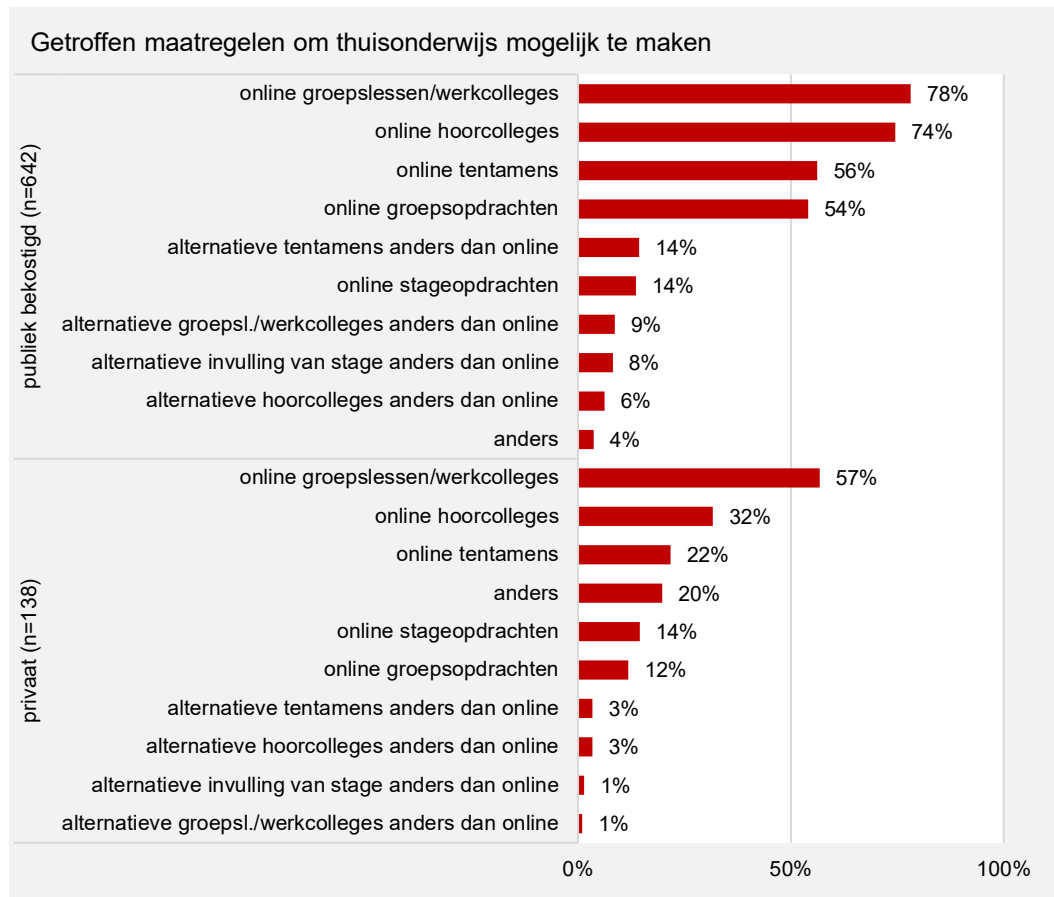
Figuur 3.19 Verlaagde concentratie en/of motivatie door stress en thuisonderwijs wordt het meest genoemd als de veroorzaker van de verwachte studie vertraging



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

Figuur 3.20 laat zien dat de onderwijsinstellingen vooral online groepslessen/werkcolleges, online hoorcolleges en online tentamens hebben ingezet om thuisonderwijs mogelijk te maken. Bij de publiek bekostigde Ad-opleidingen geeft ongeveer 75 procent van de eerstejaarsstudenten aan dat online groepslessen/werkcolleges en online tentamens zijn ingevoerd in de afgelopen periode. Ongeveer 55 procent meldt dat online tentamens en online groepsopdrachten zijn ingericht. Bij de private Ad-opleidingen is het aandeel dat aangeeft dat online groepslessen/werkcolleges is ingezet lager: 57 procent. De studenten van private Ad-opleidingen geven in mindere mate aan dat de instellingen maatregelen hebben getroffen om thuisonderwijs mogelijk te maken. De reden hiervoor is dat opleidingen in sommige gevallen al volledig online georganiseerd werden, waardoor corona gerelateerde aanpassingen niet nodig waren.

Figuur 3.20 Online groepslessen/werkcolleges, hoorcolleges en tentamens worden het meest genoemd als maatregelen van instellingen om thuisonderwijs mogelijk te maken



Bron: Enquête onder Ad-studenten, bewerking SEO

Ten slotte is aan de Ad-studenten gevraagd hoe zij vonden dat hun instelling is omgegaan met de coronacrisis. Dit konden zij doen door een rapportcijfer tussen de 1 en de 10 toe te kennen. Studenten van de publiek bekostigde en private Ad-opleidingen geven een gemiddeld rapportcijfer van respectievelijk 7.2 en 7.0. De organisatoren van Ad-opleidingen krijgen daarmee een ruime voldoende van de studenten voor de aanpak tijdens de uitdagende eerste coronaperiode.

Bijlage A Respons enquête studenten publiek bekostigde Ad-opleidingen

De weegfactor voor de respons van eerstejaars studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen is bepaald aan de hand van de verdeling van kenmerken (combinatie van geslacht, sector en leeftijd) in de populatie en de steekproef. De weegfactor zorgt ervoor dat de aandelen van de verschillende demografische groepen (bijvoorbeeld mannen tussen de 20 en 24 jaar die een economische studie volgen) gelijk zijn tussen populatie en steekproef. Tabellen A.1 en A.2 de verdelingen en weegfactoren zien voor de enquête onder eerstejaars Ad-studenten van publiek bekostigde instellingen.

Tabel A.1 De verdeling van kenmerken (combinatie van geslacht, sector en leeftijd) voor de populatie en de steekproef, publiek bekostigde Ad-opleidingen 2018-2019.

		POPULATIE (N = 6.437)				STEEKPROEF (N = 570)				WEEGFACTOREN			
Leeftijd		<20	20-24	25-29	>29	<20	20-24	25-29	>29	<20	20-24	25-29	>29
Geslacht en Sector	Man & Econ	4.3%	14.9%	4.2%	2.7%	3.6%	9.0%	2.2%	2.2%	1.17	1.66	1.91	1.23
	Man & Gedr. & Maats.	0.3%	1.8%	1.0%	1.3%	0.4%	1.2%	0.6%	1.0%	0.68	1.53	1.79	1.25
	Man & Techniek	2.1%	8.2%	2.3%	1.6%	2.8%	8.0%	1.5%	2.6%	0.78	1.02	1.57	0.62
	Man & Overig	1.1%	2.4%	0.7%	1.2%	0.9%	1.6%	0.7%	1.2%	1.21	1.52	1.00	1.04
	Vrouw & Econ	5.6%	15.8%	2.6%	2.2%	8.4%	14.6%	1.5%	3.1%	0.67	1.09	1.76	0.73
	Vrouw & Gedr. & M.	1.2%	5.8%	1.8%	4.1%	2.6%	8.3%	2.6%	5.2%	0.47	0.70	0.70	0.77
	Vrouw & Techniek	0.2%	0.8%	0.3%	0.2%	0.6%	1.6%	0.3%	0.3%	0.40	0.50	1.12	0.59
	Vrouw & Overig	1.1%	3.2%	1.4%	3.6%	1.6%	2.6%	1.9%	5.4%	0.68	1.20	0.72	0.66

Bron: DUO en enquête onder eerstejaarsstudenten publiek bekostigde Ad-opleidingen 2018, bewerking SEO

Tabel A.2 De verdeling van kenmerken (combinatie van geslacht, sector en leeftijd) voor de populatie en de steekproef, publiek bekostigde Ad-opleidingen 2019-2020.

		POPULATIE (N = 7.975)				STEEKPROEF (N = 694)				WEEGFACTOREN			
Leeftijd		<20	20-22	23-28	>28	<20	20-22	23-28	>28	<20	20-22	23-28	>28
Geslacht en Sector	Man & Econ	4.8%	11.5%	6.6%	2.4%	4.9%	6.9%	5.2%	2.9%	0.99	1.67	1.28	0.84
	Man & Gedr. & Maats.	0.2%	0.8%	1.1%	2.1%	0.4%	0.3%	0.9%	1.2%	0.52	2.83	1.29	1.81
	Man & Techniek	2.7%	6.7%	4.1%	2.2%	3.3%	5.9%	3.3%	3.0%	0.81	1.14	1.23	0.74
	Man & Overig	1.0%	1.5%	0.9%	1.3%	1.4%	1.4%	1.2%	1.7%	0.69	1.04	0.77	0.77
	Vrouw & Econ	6.3%	12.2%	5.5%	2.4%	8.5%	12.2%	4.2%	3.2%	0.74	1.00	1.33	0.75
	Vrouw & Gedr. & M.	1.1%	3.6%	3.6%	5.3%	1.7%	4.3%	4.0%	5.2%	0.64	0.84	0.88	1.03
	Vrouw & Techniek	0.3%	0.8%	0.5%	0.3%	0.7%	0.7%	0.6%	0.4%	0.37	1.06	0.78	0.75
	Vrouw & Overig	1.0%	2.1%	1.6%	3.3%	2.0%	3.6%	1.3%	3.3%	0.50	0.59	1.25	1.01

Bron: DUO en enquête onder eerstejaarsstudenten publiek bekostigde Ad-opleidingen 2019, bewerking SEO

Bijlage B Doorstroom vanuit onderwijs naar publiek bekostigde Ad-opleiding

Tabel B.1 toont het aantal eerstejaars inschrijvingen per domein en Ad-opleiding. Het betreft de inschrijvingen uit 2018-2019 en 2019-2020 bij elkaar opgeteld. De aantallen zijn verder uitgesplitst naar studenten die wel of niet direct zijn doorgestroomd vanuit het onderwijs met doorstroomcategorieën vo/hbo en mbo. De aandelen zijn tussen haakjes weergegeven. Iemand die op 1 oktober in het jaar voorafgaand aan de inschrijving stond ingeschreven bij een onderwijsinstelling wordt gedefinieerd als een doorstromer vanuit onderwijs. Alle overige inschrijvingen zijn geen doorstroom vanuit het onderwijs.

Tabel B.1 Het aantal en aandeel eerstejaarsstudenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen per opleiding en doorstroom vanuit onderwijs.

Domein	Opleiding	Geen doorstroom	Doorstroom uit vo/hbo	Doorstroom uit mbo
Economie	Ad Accountancy	176 (34%)	201 (39%)	145 (28%)
	Ad Bedrijfseconomie	25 (30%)	39 (47%)	19 (23%)
	Ad Bedrijfskunde	432 (60%)	195 (27%)	92 (13%)
	Ad Business Studies Logistiek	12 (20%)	27 (44%)	22 (36%)
	Ad Commercieel Management	33 (29%)	42 (37%)	40 (35%)
	Ad Commerciële Economie	77 (28%)	101 (37%)	98 (36%)
	Ad Communicatie	70 (33%)	90 (42%)	54 (25%)
	Ad Creative Media Professional	17 (40%)	13 (31%)	12 (29%)
	Ad Crossmediale Communicatie	229 (40%)	179 (31%)	169 (29%)
	Ad Eventmanager	85 (32%)	120 (46%)	58 (22%)
	Ad Facilitair Eventmanagement	36 (28%)	46 (36%)	45 (35%)
	Ad Facility Management	64 (41%)	35 (22%)	59 (37%)
	Ad Finance	10 (13%)	32 (42%)	34 (45%)
	Ad Finance & Control	43 (40%)	49 (46%)	15 (14%)
	Ad Hotel Management	79 (35%)	72 (32%)	77 (34%)
	Ad Human Resource Management	133 (45%)	91 (31%)	69 (24%)
	Ad IT Service Management	20 (43%)	19 (41%)	7 (15%)
	Ad Juridisch medewerker	38 (68%)	11 (20%)	7 (13%)
	Ad Leisure & Events Management	37 (31%)	37 (31%)	44 (37%)
	Ad Logistics Management	61 (50%)	42 (34%)	19 (16%)
	Ad Logistiek en Economie	20 (54%)	5 (14%)	12 (32%)
	Ad Management	99 (29%)	126 (37%)	116 (34%)
	Ad Marketing Management	114 (32%)	134 (38%)	109 (31%)
	Ad Officemanagement	137 (27%)	181 (35%)	198 (38%)
	Ad Ondernemen	206 (33%)	230 (36%)	195 (31%)
	Ad Ondernemerschap & Retail Management	189 (43%)	145 (33%)	102 (23%)
	Ad Online Contentcreator	13 (20%)	22 (34%)	30 (46%)
	Ad Online Marketing en Sales	44 (41%)	36 (34%)	27 (25%)
	Ad Sales en Accountmanagement	33 (41%)	14 (17%)	34 (42%)
	Ad Small Business en Retail Management	174 (45%)	123 (31%)	94 (24%)
	Ad Tourism Management	94 (28%)	112 (34%)	127 (38%)

Gedrag en Maatschappij	Ad Ervaringsdeskundigheid in Zorg en Welzijn	147 (92%)	5 (3%)	7 (4%)
	Ad Health & Social Work	68 (33%)	68 (33%)	69 (34%)
	Ad Human Resource Management	149 (55%)	54 (20%)	70 (26%)
	Ad Pastoraal Werk	25 (60%)	17 (40%)	0 (0%)
	Ad Pedagogisch Educatief Medewerker	32 (44%)	25 (34%)	16 (22%)
	Ad Pedagogisch Educatief Professional	315 (61%)	111 (21%)	91 (18%)
	Ad Pedagogisch Professional Kind en Educatie	49 (58%)	10 (12%)	25 (30%)
	Ad Service, Welzijn & Zorg	51 (70%)	13 (18%)	9 (12%)
	Ad Sociaal Financiële Dienstverlening	55 (66%)	18 (22%)	10 (12%)
	Ad Sociaal Werk	91 (50%)	76 (42%)	14 (8%)
	Ad Sociaal Werk in de Zorg	417 (71%)	112 (19%)	62 (10%)
	Ad Social Work	93 (48%)	90 (46%)	11 (6%)
	Ad Sport, Gezondheid en Management	14 (21%)	31 (46%)	22 (33%)
Gezondheidszorg	Ad Management in de Zorg	413 (90%)	35 (8%)	11 (2%)
	Ad Zorg en Technologie	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Landbouw en Natuurlijke Omgeving	Ad Bedrijfskunde en Agribusiness	76 (64%)	13 (11%)	29 (25%)
	Ad Dier- en Veehouderij	5 (5%)	10 (10%)	90 (86%)
	Ad Duurzaam Bodembeheer	0 (0%)	1 (50%)	1 (50%)
	Ad Duurzame Watertechnologie	1 (33%)	1 (33%)	1 (33%)
	Ad Educatie en Kennismanagement GS Bloemsierkunst	13 (36%)	4 (11%)	19 (53%)
	Ad Integrale Handhaving Omgevingsrecht	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
	Ad Land- en Watermanagement	29 (62%)	7 (15%)	11 (23%)
	Ad Melkveehouderij	5 (7%)	15 (21%)	50 (71%)
	Ad Onderwijsonders. Educatie en Kennismanagement GS	7 (39%)	11 (61%)	0 (0%)
	Ad Tuin- en Landschapsinrichting	44 (43%)	21 (20%)	38 (37%)
	Ad Tuinbouw en Akkerbouw	3 (6%)	5 (11%)	39 (83%)
	Ad Tuinbouwmanagement	1 (4%)	20 (77%)	5 (19%)
	Ad Voedingsmiddelentechnologie	13 (87%)	1 (7%)	1 (7%)
Onderwijs	Ad Onderwijsondersteuner Consumptieve Techniek I en II	9 (53%)	7 (41%)	1 (6%)
	Ad Onderwijsondersteuner Gezondheidszorg en Welzijn	45 (70%)	12 (19%)	7 (11%)
	Ad Onderwijsondersteuner Omgangskunde	2 (29%)	5 (71%)	0 (0%)
	Ad Onderwijsondersteuner Techniek	6 (55%)	5 (45%)	0 (0%)
	Ad Onderwijsondersteuner Technisch Beroepsonderwijs	35 (73%)	11 (23%)	2 (4%)
	Ad Pedagogisch Educatief Medewerker	64 (59%)	12 (11%)	32 (30%)
	Ad Pedagogisch Educatief Professional	91 (53%)	31 (18%)	49 (29%)
	Ad Pedagogisch Professional Kind en Educatie	111 (58%)	29 (15%)	50 (26%)
	Ad Schrijftolk	9 (29%)	22 (71%)	0 (0%)
Taal en Cultuur	Ad Arts & Crafts	34 (36%)	7 (7%)	54 (57%)
	Ad Dans	1 (7%)	0 (0%)	14 (93%)
	Ad Design	17 (28%)	9 (15%)	34 (57%)
	Ad Electronic Music	23 (88%)	3 (12%)	0 (0%)
	Ad Interieurvormgever	6 (24%)	4 (16%)	15 (60%)

	Ad Muziek (dirigent Hafabra)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)
	Ad Technische Productie	0 (0%)	9 (39%)	14 (61%)
Techniek	Ad AD-ICT	5 (24%)	12 (57%)	4 (19%)
	Ad Bouwkunde	14 (22%)	4 (6%)	45 (71%)
	Ad Bouwtechnisch Medewerker	5 (31%)	6 (38%)	5 (31%)
	Ad Built Environment	2 (4%)	27 (60%)	16 (36%)
	Ad Civiele Techniek Directievoering	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)
	Ad Civiele Techniek Projectvoorbereiding en -realisatie	21 (23%)	11 (12%)	61 (66%)
	Ad Constructeur Werktuigbouwkunde	16 (67%)	6 (25%)	2 (8%)
	Ad Cybersecurity	10 (21%)	23 (49%)	14 (30%)
	Ad Elektrotechniek	17 (55%)	9 (29%)	5 (16%)
	Ad Elektrotechniek/Embedded Systems Engineering	10 (77%)	3 (23%)	0 (0%)
	Ad Elektrotechniek/Energietechniek	19 (37%)	22 (43%)	10 (20%)
	Ad Engineering	89 (25%)	116 (33%)	145 (41%)
	Ad Gebouwgebonden Installatietechniek	1 (20%)	0 (0%)	4 (80%)
	Ad ICT	30 (21%)	77 (53%)	38 (26%)
	Ad ICT Internet of Things	5 (29%)	8 (47%)	4 (24%)
	Ad ICT Service Management	110 (48%)	55 (24%)	64 (28%)
	Ad ICT-Beheer	1 (7%)	6 (43%)	7 (50%)
	Ad IT Service Management	10 (63%)	5 (31%)	1 (6%)
	Ad Industriële Automatisering en Robotica	13 (57%)	4 (17%)	6 (26%)
	Ad Informatica	51 (34%)	77 (52%)	21 (14%)
	Ad Integraal Bouwmanagement	46 (43%)	16 (15%)	45 (42%)
	Ad Logistiek	27 (29%)	45 (48%)	21 (23%)
	Ad Logistiek Management	61 (20%)	103 (33%)	144 (47%)
	Ad Maintenance & Mechanics	10 (29%)	11 (32%)	13 (38%)
	Ad Maritieme Techniek	1 (17%)	1 (17%)	4 (67%)
	Ad Mechatronica	10 (40%)	7 (28%)	8 (32%)
	Ad Projectleider Techniek	39 (51%)	28 (36%)	10 (13%)
	Ad Smart Industry	3 (60%)	1 (20%)	1 (20%)
	Ad Software Development	38 (28%)	37 (28%)	59 (44%)
	Ad Systeemspecialist Automotive	12 (60%)	4 (20%)	4 (20%)
	Ad Technische Bedrijfskunde	124 (70%)	29 (16%)	24 (14%)
	Ad Werktuigbouwkunde	36 (51%)	17 (24%)	18 (25%)

Bron: DUO Microdata, bewerking SEO

Bijlage C Vragenlijst enquête Ad-studenten

Vragenlijst Ad-studenten studiejaar 2019-2020

Welkom bij de enquête over de Associate degree (Ad) die in opdracht van het ministerie van OCW wordt uitgezet door SEO Economisch Onderzoek. Op basis van deze vragenlijst wordt een beeld gevormd van de aantrekkingskracht van de Ad en de tevredenheid van studenten.

Gedurende de afgelopen maanden heeft het coronavirus wellicht invloed gehad op hoe u de Ad-opleiding hebt ervaren en beleefd. Wellicht heeft u op een andere manier gestudeerd dan dat u gewend bent en is ook de interactie met andere studenten op een andere wijze verlopen.

Voor dit onderzoek is het echter belangrijk om meer te weten over uw ervaringen en beoogden **vóórdat de crisis uitbrak** (de periode tot en met februari 2020).

Bij voorbaat hartelijk dank voor uw deelname! Aan het eind van de vragenlijst kunt u aangeven of u mee wilt dingen naar één van de 10 bol.com cadeaubonnen ter waarde van €25 verloten.

Opleiding

- Welke Ad-opleiding volgt u momenteel? *Als u door de coronacrisis minder studeert dan voorheen, maar nog wel staat ingeschreven bij de opleiding, dan graag de opleiding noteren waar u nu staat ingeschreven.*
 - <open antwoord>
 - Ik volgde een Ad-opleiding, maar ben daar inmiddels mee gestopt → **door naar blok UITVAL**
- Bij welke hogeschool volgt u uw Ad-opleiding?
 - <open antwoord>

Situatie voor de Ad-opleiding

- Wat was uw situatie vóórdat u aan de Ad begon?
 - Ik werkte
 - Ik studeerde / ging naar school → **door naar vraag 5**
 - Combinatie van studeren en werken
 - Anders, namelijk <open antwoord> → **door naar vraag 7**
- Hoeveel jaar werkervaring had u vóórdat u met de Ad begon?
 - Minder dan een jaar
 - 1 tot 3 jaar
 - 3 tot 5 jaar
 - 5 of meer jaar

Werkenden door naar vraag 7, combi studeren en werken naar vraag 5
- Welke opleiding volgde u voordat u aan de Ad begon?
 - Een werkgerelateerde cursus → **door naar vraag 7**
 - Een havo-opleiding → **door naar vraag 7**
 - Een mbo-opleiding → **door naar vraag 7**
 - Een andere Ad-opleiding
 - Een hbo-bacheloropleiding
 - Een universitaire opleiding
 - Anders, namelijk <open antwoord> → **door naar vraag 7**

6. Heeft u een diploma gehaald voor deze opleiding?
- Nee
 - Ja, een propedeuse
 - Ja, het diploma voor de volledige opleiding
7. Op basis waarvan bent u toegelaten tot de Ad?
- Havo-diploma
 - Vwo-diploma
 - Mbo-diploma
 - Hbo-propedeuse
 - Hbo-bacheloropleiding
 - Universitaire opleiding
 - Buitenlandse vooropleiding voortgezet onderwijs
 - Buitenlandse vooropleiding hoger onderwijs
 - Colloquium doctum (21+ toets)/toelatingsgesprek
 - Op basis van eerder verworven competenties (EVC)/werkervaring
 - Op andere gronden, namelijk <open antwoord>

Huidige arbeidssituatie

8. Werkt u momenteel?
- Ja
 - Nee, maar ik heb eerder wel gewerkt gedurende de Ad-opleiding → door naar vraag 23
 - Nee, ik heb gedurende de Ad-opleiding niet gewerkt → door naar vraag 37

Indien u meerdere banen hebt, graag de vragen invullen met betrekking tot de baan waarin u de meeste uren werkt.

9. Sluit de Ad-opleiding inhoudelijk aan bij het werk dat u doet?
- Ja
 - Nee
10. Hoeveel uur werkt u gemiddeld per week?
- <1-60> uur per week
11. Had u deze baan al voordat u met de Ad begon?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 13
12. Was het idee om een Ad-opleiding te gaan volgen afkomstig van uw werkgever?
- Ja → door naar vraag 14
 - Nee
13. Weet uw werkgever dat u een Ad volgt?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 16
14. Hoe staat uw werkgever tegenover het feit dat u een Ad volgt?
- Zeer negatief – zeer positief, 5-punt Likertschaal
 - Weet niet
15. In welke mate betaalt uw werkgever de opleidingskosten van de Ad?
- helemaal niet – alles, 5-punt Likertschaal
 - weet niet
16. Bent u minder uren gaan werken toen u begon met de Ad-opleiding?
- Ja

- Nee

17. In welke sector bent u werkzaam?

- Landbouw, bosbouw en visserij
- Energie- en waterleiding bedrijven
- Bouwnijverheid
- Onderwijs
- Financiële instellingen
- Gezondheids- en welzijnszorg
- Openbaar bestuur of overheid
- Zakelijke dienstverlening
- Cultuur, sport en recreatie
- Anders

Indien anders:

18. Welke sector is dat?

- Horeca
- Handel
- Vervoer en communicatie
- Industrie
- Overig, namelijk <open antwoord>

19. Hoeveel personen zijn er werkzaam in het bedrijf/de organisatie waarvoor u werkt?

- 1-9 personen
- 10-24 personen
- 25-49 personen
- 50-99 personen
- 100-249 personen
- 250-999 personen
- 1.000 of meer personen
- Weet ik niet

20. In wat voor soort functie bent u werkzaam? Een korte, heldere omschrijving volstaat.

- <open antwoord>

21. Wat voor soort dienstverband heeft u?

- Loondienst
- Uitzend-, oproepkracht
- Zelfstandige/freelancer
- Meewerkend in bedrijf ouders/partner
- Anders, namelijk <open antwoord>

Indien in loondienst:

22. Wat voor soort contract heeft u?

- Vast contract
- Tijdelijk contract met uitzicht op vast
- Tijdelijk contract zonder uitzicht op vast
- N.v.t./wil ik niet zeggen

Voormalige arbeidssituatie

Indien u meerdere banen had, vul dan vragen in met betrekking tot de baan waarin u de meeste uren werkte.

23. Sluit de Ad-opleiding die u volgt inhoudelijk aan bij het werk dat u toen deed?

- Ja
- Nee

24. Hoeveel uur werkte u gemiddeld per week?

- <1-60> uur per week

25. Had u deze baan al voordat u met de Ad begon?

- Ja
- Nee → door naar vraag 27

26. Was het idee om een Ad-opleiding te gaan volgen afkomstig van uw toenmalige werkgever?

- Ja → door naar vraag 28
- Nee

27. Wist uw toenmalige werkgever dat uw een Ad volgde?

- Ja
- Nee → door naar vraag 30

28. Hoe stond uw werkgever tegenover het feit dat u een Ad volgde?

- Zeer negatief – zeer positief, 5-punt Likertschaal
- Weet niet

29. In welke mate betaalde uw werkgever de opleidingskosten van de Ad?

- niets – alles, 5-punt Likertschaal
- weet ik niet

30. Bent u minder uren gaan werken toen u begon met de Ad-opleiding?

- Ja
- Nee

31. In welke sector was u destijds werkzaam?

- Landbouw, bosbouw en visserij
- Energie- en waterleiding bedrijven
- Bouwnijverheid
- Onderwijs
- Financiële instellingen
- Gezondheids- en welzijnszorg
- Openbaar bestuur of overheid
- Zakelijke dienstverlening
- Cultuur, sport en recreatie
- Anders

Indien anders:

32. Welke sector was dat?

- Horeca
- Handel
- Vervoer en communicatie
- Industrie
- Overig, namelijk <open antwoord>

33. Hoeveel personen waren er werkzaam in het bedrijf/de organisatie waarvoor u werkte?

- 1-9 personen
- 10-24 personen
- 25-49 personen
- 50-99 personen
- 100-249 personen

- 250-999 personen
- 1.000 of meer personen
- Weet ik niet

34. In wat voor soort functie was u werkzaam? Een korte, heldere omschrijving volstaat.

- <open antwoord>

35. Wat voor soort dienstverband had u?

- Loondienst
- Uitzend-, oproepkracht
- Zelfstandige/freelancer
- Meewerkend in bedrijf ouders/partner
- Anders, namelijk <open antwoord>

Indien in loondienst:

36. Wat voor soort contract had u?

- Vast contract
- Tijdelijk contract met uitzicht op vast
- Tijdelijk contract zonder uitzicht op vast
- N.v.t./wil ik niet zeggen

Studiekeuze

De volgende vragen gaan over uw keuze voor de Ad.

37. Hoe heeft u over het bestaan van Ad-opleidingen gehoord? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Open dag/voorlichtingsdag hogeschool
- Website hogeschool
- Decaan/docent/studieadviseur voortgezet onderwijs
- Decaan/docent/studieadviseur mbo-opleiding
- Werkgever/ afdeling p&o
- Vrienden/collega's/ bekenden
- Website Ad (<https://www.deassociatedegree.nl>)
- Website Studiekeuze 123
- Anders, namelijk <open antwoord>

38. Hoe goed bent u vooraf ingelicht over de volgende aspecten van de Ad?

Niet ingelicht, zeer slecht – zeer goed, 5-punt Likertschaal + weet ik niet

- Inhoud van de opleiding
- Niveau van de opleiding
- Studielast
- Beroepsmogelijkheden
- Praktijkgerichtheid

39. Wat is de belangrijkste reden dat u voor deze Ad-opleiding hebt gekozen?

- <open antwoord>

40. Heeft u ook andere opleidingen overwogen?

- Ja
- Nee → ga door naar vraag 43

41. Aan wat voor type opleiding dacht u voornamelijk?

- Andere Ad-opleiding
- Hbo-bacheloropleiding
- Universitaire opleiding
- Bedrijfsopleiding/werkgerelateerde cursus
- Mbo-opleiding

- Een opleiding op een ander niveau, namelijk <open antwoord>

Indien hbo-bacheloropleiding:

42. Waarom heeft u uiteindelijk toch niet gekozen voor een hbo-bacheloropleiding?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Duurt (te) lang
- Is te theoretisch
- Minder praktijkgericht
- Sluit minder goed aan op het werk dat ik wil gaan doen **ALLEEN VOOR NIET-WERKENDEN**
- Sluit minder goed aan op mijn huidige werk **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Ik kan na de Ad alsnog door naar de bachelor
- Anders, namelijk <open antwoord>

43. Wat was uw motivatie om specifiek voor een Ad te kiezen? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Een (extra) diploma op hbo-niveau
- Een Ad duurt 2 jaar
- Mijn opleiding wordt alleen als Ad aangeboden
- Positieve ervaringen van anderen
- Goede arbeidsmarktperspectieven
- Ad wordt hoog aangeschreven door mijn werkgever **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Mijn werkgever betaalt deze Ad (gedeeltelijk) **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Na 2 jaar kan ik alsnog door met de bachelor
- Een Ad is praktijkgericht
- Een Ad is beroepsgericht
- Anders, namelijk <open antwoord>

44. Met welk doel bent u aan de Ad begonnen? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Kennis vergaren/vergroten
- (Extra) diploma behalen
- Persoonlijke ontwikkeling
- Eerste stap naar bachelordiploma
- Betere loopbaanmogelijkheden
- Kans op een baan vergroten **ALLEEN VOOR NIET-WERKENDEN**
- Goede baan vinden **ALLEEN VOOR NIET-WERKENDEN**
- Praktijkervaring opdoen **ALLEEN VOOR NIET-WERKENDEN**
- Hoger salaris **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Doorgroeien naar hogere/andere functie **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Combineren van leren en werken **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Voldoen aan de opleidingswens van mijn werkgever **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Promotie maken **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Beter functioneren in huidige functie **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Ander beroep uitoefenen **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
- Anders, namelijk <open antwoord>

45. Hoe is het met de bekendheid gesteld van uw Ad-opleiding?

- Zeer slecht – zeer goed, 5-punt Likertschaal + weet ik niet

46. Hoe vaak kreeg u gedurende de periode **vóór** de coronacrisis gezamenlijk onderwijs met hbo-bachelorstudenten?

- Nooit, bijna nooit, niet weinig, niet vaak bijna altijd, altijd, 5-punt Likertschaal
- Niet van toepassing

Tevredenheid

Bij de volgende vragen is het belangrijk dat u nadenkt over jouw ervaringen bij de Ad-opleiding **vóór** de coronacrisis. Het kan zijn dat u sinds de crisis anders denkt over de Ad-

opleiding, maar voor dit onderzoek is het belangrijk om de crisis buiten beschouwing te laten.

47. Hoe tevreden was u in het algemeen over de Ad-opleiding vóór de crisis?

- Zeer ontevreden – zeer tevreden, 5-punt Likertschaal

48. Hoe tevreden was u over de volgende aspecten van uw Ad-opleiding vóór de crisis?

(zeer ontevreden – zeer tevreden, 5-punt Likertschaal)

- Inhoud (o.a. diepgang en moeilijkheidsgraad vakken)
- Organisatie (o.a. samenhang studieopleiding, rooster)
- Docenten (o.a. vakkennis, begeleiding)
- Studielast (o.a. hoeveel tijd u kwijt bent aan de opleiding)
- Mate waarin Ad aansluit op laatst gevolgde opleiding
- Mate waarin werk en opleiding qua tijdsbelasting te combineren zijn **ALLEEN VOOR WERKENDE**
- Mate waarin de vakken die u volgt aansluiten bij uw baan **ALLEEN VOOR WERKENDE**
- Mate waarin u het geleerde kunt toepassen in uw baan **ALLEEN VOOR WERKENDE**
- Opdoen van vaardigheden voor de beroepspraktijk
- Praktijkgerichtheid
- Contact met de beroepspraktijk (o.a. stages, gastsprekers)

49. Heeft u gedurende de periode vóór de crisis ooit overwogen te stoppen?

- Ja
- Nee → door naar vraag 51

50. Waarom heeft u toen overwogen te stoppen? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Vanwege omstandigheden op de opleiding
- Vanwege omstandigheden op het werk
- Vanwege privéomstandigheden
- Vanwege gezondheidsredenen
- Anders, namelijk <open antwoord>
- Wil ik niet zeggen

Verwachtingen

Bij de volgende vragen is het wederom belangrijk dat u nadenkt over hoe u de Ad-opleiding beleefde **vóór** de coronacrisis. Het kan zijn dat uw mening over de Ad-opleiding is veranderd sinds de crisis, maar voor dit onderzoek is het belangrijk om de crisis buiten beschouwing te laten.

51. In hoeverre sloot het volgen van een Ad-opleiding aan bij de verwachtingen die u ervan had?

Helemaal niet – helemaal wel, 5-punt Likertschaal

52. Zou u, indien u de keuze opnieuw zou kunnen maken, weer kiezen voor een Ad-opleiding?

- Ja, voor mijn huidige Ad-opleiding
- Ja, maar dan wel voor een andere Ad-opleiding
- Nee, ik zou kiezen voor een volledige hbo-bachelor
- Nee, ik zou kiezen voor een universitaire bachelor
- Nee, ik zou kiezen voor een andere opleiding, namelijk <open antwoord>
- Nee, ik zou helemaal niet studeren
- Weet ik niet

53. Zou u uw opleiding aanraden aan familie, vrienden of collega's?

Nee, zeker niet – ja, zeker wel, 5-punt Likertschaal

Indien 'nee':

54. Kunt u toelichten waarom u de opleiding (waarschijnlijk) niet zou aanraden?

- <open antwoord>

55. Wat denkt u te gaan doen na afronding van de Ad-opleiding?

- Doorgaan met de bacheloropleiding waarvan de Ad-opleiding onderdeel is
- Doorgaan met een andere hbo-bacheloropleiding
- Doorgaan met een universitaire opleiding
- Doorgaan bij mijn huidige werkgever in dezelfde functie
- Doorgaan bij mijn huidige werkgever in een andere functie
- Een (nieuwe) baan zoeken
- Iets anders, namelijk <open antwoord>

Corona

Bij de volgende vragen zijn we geïnteresseerd in hoe u de Ad-opleiding ervaart gedurende de huidige coronacrisis. Deze vragen gaan dus juist specifiek over de huidige crisisperiode en staan los van uw algemene beeld van de Ad-opleiding.

56. Besteedt u gedurende de coronacrisis meer, minder of ongeveer even veel tijd aan de Ad-opleiding?

- Minder (door naar 57.X)
- Meer (door naar 57.Y)
- Ongeveer even veel (door naar 58.)

57. Hoeveel uur besteedt u per week gemiddeld genomen meer (Y) / minder (X) aan de opleiding?

• ...

58. Welke elementen van uw Ad-opleiding zijn door de coronacrisis uitgevallen?

- hoorcolleges
- groepslessen/werkcolleges
- tentamens
- stageopdracht
- groepsopdrachten
- individuele opdrachten
- 1-op-1 overleg met docent
- anders, namelijk[]

59. Loopt u studievertraging op vanwege de coronacrisis?

- Ja (door naar volgende vraag)
- Nee (door naar 63)

60. Hoeveel studievertraging zult u naar verwachting oplopen?

- 1-2 maanden
- 3-6 maanden
- 7-12 maanden
- Meer dan 12 maanden

61. Waarom zult u studievertraging oplopen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Niet de mogelijkheid om tentamens op tijd af te ronden
- Niet de mogelijkheid om stageopdrachten op tijd af te ronden
- Minder begeleiding vanuit de opleiding
- Minder contact met mijn medestudenten
- Verlaagde concentratie/motivatie door thuisonderwijs
- Verlaagde concentratie/motivatie door stress

- Anders, namelijk []

62. Wat had de opleiding moeten doen om studievertraging te voorkomen? [OPEN]

63. Welke maatregelen heeft uw opleiding getroffen om thuisonderwijs mogelijk te maken?

- Online hoorcolleges
- Online groepslessen
- Online tentamens
- Online stageopdrachten
- Online groepsopdrachten
- Alternatieve hoorcolleges anders dan online (bijv. minder deelnemers per hoorcollege)
- Alternatieve groepslessen/werkcollege anders dan online (bijv. minder deelnemers per les)
- Alternatieve tentamens anders dan online (bijv. schriftelijk in plaats van mondeling tentamen)
- Alternatieve invulling van stageopdrachten anders dan online
- Anders, namelijk []

64. Hoe tevreden bent u met de manier waarop uw Ad-opleiding tot nu toe is omgegaan met de coronacrisis? Cijfer: 1 / 10.

Indien vraag 15 of vraag 29 gelijk of groter is dan 'meer dan niets':

65. In hoeverre is de houding van je werkgever tegenover het door jou volgen van de Ad-opleiding sinds de coronacrisis veranderd?

- Mijn werkgever staat negatiever tegenover het door mij volgen van de Ad-opleiding
- De houding van mijn werkgever is niet veranderd
- Mijn werkgever staat positiever tegenover het door mij volgen van de Ad-opleiding
- Weet ik niet

Door naar blok TOT SLOT

Uitval

66. Zou u in het kort kunnen aangeven waarom u bent gestopt met uw Ad-opleiding?

- <open antwoord>

67. Kunt u aangeven welke van de onderstaande redenen hebben meegespeeld bij uw beslissing om te stoppen? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Door de coronacrisis heb ik mijn opleiding moeten beëindigen
- Ik kreeg een negatief bindend studieadvies (nbsa)
- Ik kreeg een niet-bindend studieadvies om te stoppen
- Ik zag het toch niet zitten om twee jaar te studeren
- De inhoud van de opleiding viel tegen
- Het niveau van de opleiding was niet wat ik ervan verwacht had
- De organisatie van het onderwijs was niet goed
- De studielast was te hoog
- Een andere opleiding leek interessanter
- De docenten gaven niet goed les
- De sfeer op de opleiding was niet prettig
- Er werd onvoldoende studiebegeleiding geboden
- Vanwege privéomstandigheden
- Ik had financiële redenen om te stoppen
- Ik gaf de voorkeur aan een betaalde baan
- De opleiding sluit toch niet aan bij de baan die ik voor ogen heb
- Met deze opleiding acht ik de kans op een baan klein
- Anders, namelijk <open antwoord>
- Wil ik niet zeggen

68. Had het voorkomen kunnen worden dat u stopte met de Ad-opleiding?

- Nee
- Ja, namelijk door <open antwoord>

69. Werkte u naast de Ad-opleiding? *Hiermee worden geen stages bedoeld*

- Ja, uur per week
- Nee

70. Wat is op dit moment uw voornaamste bezigheid?

- Betaald werken (tenminste 12 uur per week)
- Opleiding volgen → **door naar vraag 72**
- Een combinatie van opleiding volgen en betaald werken
- Ik heb geen baan, maar wel op zoek naar werk → **naar blok TOT SLOT**
- Ik heb geen baan en ook niet op zoek naar werk → **naar blok TOT SLOT**
- Anders, namelijk [open antwoord] → **naar blok TOT SLOT**

Indien vraag 70='Betaald werken':

71. Betreft dit dezelfde baan als toen u de Ad volgde?

- Ja
- Nee

Werkenden door naar blok TOT SLOT

72. Welke opleiding volgt u?

- Een werkgerelateerde cursus
- Een mbo-opleiding
- Een andere Ad-opleiding
- Een hbo-opleiding in het verlengde van de eerder gevolgde Ad-opleiding
- Een andere hbo-opleiding
- Een universitaire opleiding
- Een opleiding op een ander niveau namelijk <open antwoord>

Tot slot

73. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw
- Anders/wil ik niet zeggen

74. Wat is uw geboortedatum?

- Geboortemaand: januari - december
- Geboortjaar: 1950 - 2000

75. Waar bent u en waar zijn uw ouders geboren?

	Ikzelf	Mijn moeder	Mijn vader
Nederland			
Suriname			
Antillen/Aruba			
Marokko			
Turkije			
Afghanistan			
Irak			
Syrië			
Eritrea			
Anders Westers land			

Anders niet-westers land			
--------------------------	--	--	--

76. Wilt u nog iets kwijt over uw Ad-opleiding dat niet in de enquête aan bod is gekomen?

- <open antwoord>

77. Indien u kans wilt maken op 1 van de 10 bol.com cadeaubonnen ter waarde van €25, vul dan hieronder uw e-mailadres in.

Dit e-mailadres zal alleen gebruikt worden voor het toesturen van de digitale bol.com waardebon, indien u deze gewonnen hebt.

-

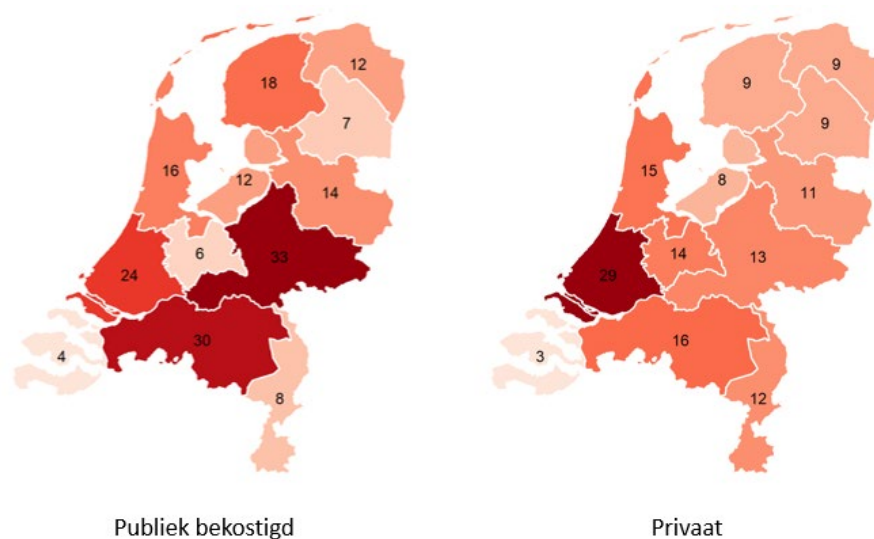
Hiermee bent u aan het einde gekomen van de vragenlijst.

Wij danken u hartelijk voor uw deelname! U kunt deze pagina nu afsluiten.

<Einde vragenlijst>

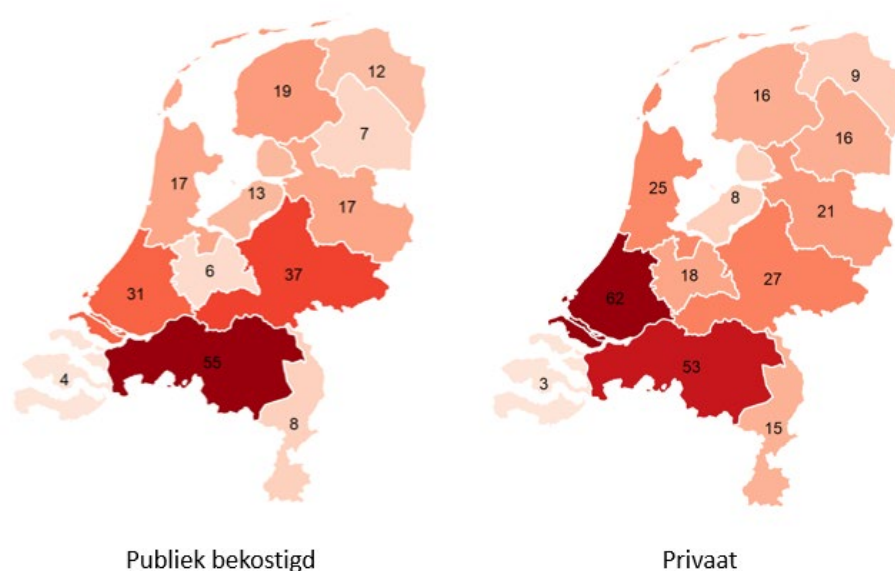
Bijlage D Landelijk aanbod Ad-opleidingen

Figuur D.1 In Zuid-Holland, Noord-Brabant en Gelderland worden de meeste *unieke* Ad-opleidingen aangeboden



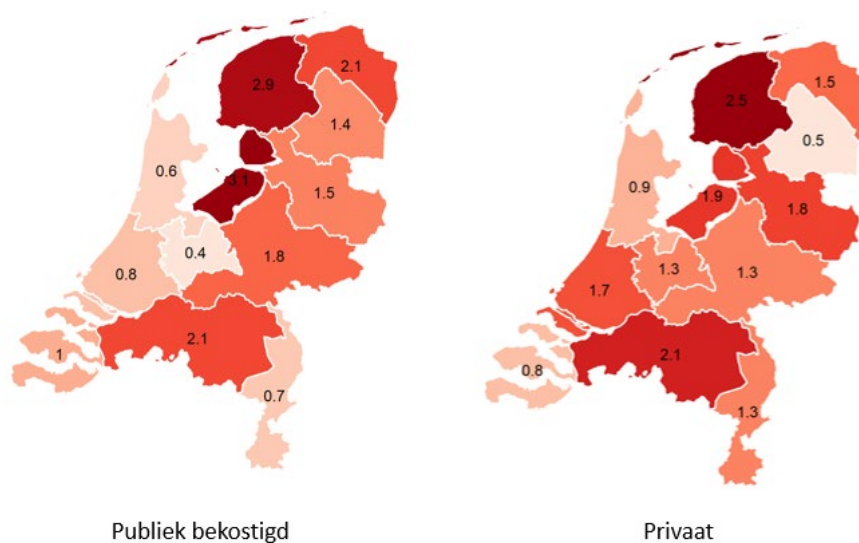
Bron: DUO, bewerking SEO Economisch Onderzoek

Figuur D.2 In Zuid-Holland, Noord-Brabant en Gelderland wordt in totaal het grootste aantal Ad-opleidingen aangeboden



Bron: DUO, bewerking SEO Economisch Onderzoek

Figuur D.3 In Groningen en Flevoland wordt in totaal het grootste aantal Ad-opleidingen aangeboden per 100.000 inwoners van de provincie



Bron: DUO, bewerking SEO Economisch Onderzoek



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl