



ASSOCIATE DEGREE

EN...

ERVARINGEN IN HET WERKVELD

Opdrachtgever: MKB-Nederland

LEIDO

Januari 2009

## Inleiding

---

Binnen de monitoring van de pilots voor de Associate degree, zoals deze in 2006 van start zijn gegaan, is in de eerste fase veel informatie boven water gehaald met betrekking tot de mening van de studenten die de Ad volgen. Vanwege de opbouw van opleidingen duurt het uiteraard enige tijd voordat deze op de arbeidsmarkt als Ad'er functioneren en aan den lijve kunnen ervaren wat de waarde van de Ad is - en hoe men in het werkveld daarmee omgaat. Die specifieke ervaringen zijn dus logischerwijze in de tussenevaluatie om die reden nog niet volledig aan bod geweest.

Toch is het van belang om te bezien hoe het werkveld de Ad ervaart en hoe men omgaat met de ontwikkelingen die daarvan het gevolg zijn. SEO heeft in de afgelopen periode een aantal vragen laten meelopen bij enquêtes onder werkgevers en kon bovendien via de studenten een groep werkgevers bevragen. De resultaten daarvan zijn uiteraard in de tussenevaluatie opgenomen.

Vanuit MKB-Nederland is in het verlengde hiervan aangegeven dat men meer wil weten over hoe het werkveld dat direct bij de pilots betrokken is, nu tegen de gang van zaken aankijkt. Door het Leido is in de periode van maart tot en met oktober 2008 een tiental bezoeken gebracht aan hogescholen met een Ad-pilot. Daarbij is volgens een bepaald format te werk gegaan om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van datgene wat actueel rond de Ad binnen de opleiding speelt. Daarbij is niet alleen gesproken met het opleidingsmanagement, docenten, coördinatoren en onderwijskundigen, maar ook met Ad-studenten en vertegenwoordigers vanuit het werkveld.

In deze notitie wordt vooral ingegaan op wat naar voren kwam over de ervaringen met en vanuit het werkveld en de regionale arbeidsmarkt. Om de privacy te waarborgen is zo goed mogelijk getracht de uitspraken algemeen te houden, dus zijn ze niet toegespitst op specifieke personen of bedrijven.

MKB-Nederland en Leido hopen dat hiermee een relevante aanvulling op het tussenevaluatierapport van SEO, zoals dat recent is gepubliceerd, het licht ziet. In de verdere overleggen over een goede rol van de Associate degree kunnen deze ervaringen worden meegenomen.

Gertrud Visser-van Erp, MKB-Nederland  
Hans Daale, Leido

## Leeswijzer

---

Uit de verslagen die van de tien bezoeken zijn gemaakt, en ook door de betrokkenen zijn geacordeerd, zijn voor deze notitie relevante uitspraken gehaald en steeds op een rijtje gezet. We geven daarbij eerst de algemene zaken die rond de Ad van belang worden geacht en vervolgens wat meer specifieke aspecten per bezoek.

Ter afronding van elk verslagje wordt een korte opsomming gegeven van de meest opvallende zaken die daarnaast nog naar voren zijn gekomen uit de gevoerde gesprekken.

---

Beschouwing	4
Bezoek 1	6
Bezoek 2	7
Bezoek 3	8
Bezoek 4	9
Bezoek 5	10
Bezoek 6	11
Bezoek 7	12
Bezoek 8	13
Bezoek 9	14
Bezoek 10	16
Format voor de bezoeken	17

## Beschouwing

---

In deze notitie wordt, soms maar kort, verslag gedaan van hetgeen bij de tien bezoeken naar voren kwam met betrekking tot de wijze waarop het werkveld al dan niet 'profiteert' van de invoering van de Associate degree. Daarbij kon gebruik worden gemaakt van de meningen van werkgevers en studenten (die in deeltijd of duaal de Ad doen) die aan de gesprekken hebben deelgenomen. Deze kwamen uit voldoende invalshoeken, aangezien de besproken Ad's in de sectoren 'economie', 'zorg en welzijn' en 'natuur' terug te vinden zijn. Ook komen ze uit zowel de private als de publiek bekostigde hoek.

### *Algemeen*

Het algemene beeld dat naar voren komt, is dat de Ad in 2006 als nieuw diploma in het hbo nog duidelijk een vreemde eend in de 'hbo-bijt' bleek te zijn bij werkgevers. Ook de opleidingen hadden er in die fase moeite mee om de Ad bij de werkgevers en hun organisaties voor het voetlicht te brengen. Dat leidde tot veel zaken die in de aanvangsfase met veel inspanning van beide kanten, onderwijs en arbeidsmarkt, dienden te worden opgelost.

Wel werd al snel duidelijk dat het concept bij geïnteresseerde werkgevers in goede aarde bleek te vallen, vanwege de volgende kenmerken: relevantie voor het functioneren in een bedrijf-/instelling, korte route, praktisch ingericht, mogelijkheid voor kortere routes voor werkenden op basis van EVC, enz. Die werkgevers werden na de opstartfase duidelijk enthousiast en waren al snel bereid mee te denken over zaken die de vormgeving en opzet van het Ad-programma kunnen verbeteren.

### *Omslag*

Het is écht opmerkelijk dat de 'argwaan' bij het werkveld in de eerste fase, dus in 2006-2007, in de periode daarna in hoog tempo is veranderd in een enthousiaste acceptatie van de Ad. Het is logisch dat de doorsnee-werkgever niet meteen zit te wachten op nieuwe aanpassingen van het onderwijssysteem in ons land en zich vaak uit in de zin van 'Doe ons maar iemand die gewoon kan wat wij graag willen dat ze kunnen... en daar zijn jullie voor'. In de praktijk zie je dan vaak dat werkgevers bij enige twijfel over de mogelijkheden bij een bekostigde hogeschool om een zekere vorm van maatwerk te leveren, routinematig aankloppen bij private instellingen.

Wat merkbaar is dat juist op dit punt de aanbieders van Ad-programma's meer voet aan de grond krijgen, langzaam, maar wel zeker. Het is al met al simpel uit te leggen wat een Ad is en welke voordelen er voor alle betrokken partijen aan een dergelijk programma zitten. Ook het inzetten van EVC voor een korte opleiding als de Ad met een 'echt' diploma, helpt nadrukkelijk mee aan de populariteit ervan.

Anders gezegd, als werkgevers en anderen die op de arbeidsmarkt bezig zijn met personeel(smanagement) door een enthousiaste opleiding om de tafel zijn gezet, lukt het vrij snel om werknemers te werven voor duale en deeltijdse Ad's. Niet overal en niet altijd in eenzelfde mate, maar de trend – zoals deze uit de gesprekken naar voren komt – wijst op goede resultaten van een inhoudelijke communicatie tussen opleiding en werkveld.

### *Andere bronnen*

Aanvullend op de bezoeken aan de opleidingen is vanuit het Leido ook een aantal specifieke bijeenkomsten rond de Ad bijgewoond. Zo bleek uit een aantal gesprekken met studenten en werkgevers bij een diploma-uitreiking rond de Ad, bij een deeltijdse opleiding, dat het effect van het behalen van het Ad-diploma ertoe leidt dat de mogelijkheden binnen de werkorganisatie voor de werknemer duidelijk groter waren geworden. Bij een aantal van de gesprekken met de opleidingen werd dit nog eens bevestigd, aan de hand van het feit dat degenen die een dergelijke studie volgen en succesvol zijn, hiervan meteen in de praktijk kunnen profiteren.

Tevens gaf een aantal werkgevers aan dat de invoering van de Ad en de competenties die men behaalt in het programma, aanleiding zijn om binnen de eigen werkorganisatie over te gaan tot het opnemen van het bijbehorende niveau in het 'functiehuis'. Zo is het zeker prettig om te vernemen uit de gezondheidszorg dat de Ad een ontbrekende schakel in het systeem van functies opvult, in de beweging naar plattere organisaties in combinatie met de verplichting om

evenveel of zelfs meer kwaliteit te leveren ('voor dezelfde prijzen'). Dergelijke signalen geven aan dat de invoering van de Ad op de goede weg is.

Tevens zien we dat steeds meer hogescholen bijeenkomsten houden waarbij ook het werkveld zo goed mogelijk acte de présence geeft. Natuurlijk omdat men nieuwsgierig is, maar ook om uit de eerste hand over de ervaringen te vertellen. Een zeer grote organisatie in de detailhandel gaf recent bij een studiedag aan dat de invoering van de Ad in de Small Business and Retail Management 'eindelijk' de mogelijkheid geeft om de werknemers op mbo-niveau (en daarboven) een erkende opleiding aan te bieden. Een saillant aspect was dat men met één van de winkelketens startte met het laten volgen van de Ad, maar dat binnen een maand vanuit de andere ketens het dringende verzoek kwam om ook daarvoor de inschrijving open te stellen...

#### *Toekomst*

Uiteraard zijn het nog maar de eerste signalen en dan ook nog vanuit de hoek van de opleidingen die aan de weg timmeren met hun Associate degree. Maar ze zijn veelbelovend, zeker als kan worden geconstateerd dat het werkveld - en daarmee ook de opleidingen en hogescholen - binnen een zeer korte tijd de Associate degree hebben opgepikt. Daarmee krijgen de opleidingen een stimulerende impuls, zoals blijkt uit de stukken die bij de bezoeken zijn overlegd, om over te gaan tot een vaak gewenste onderwijsvernieuwing en een gecontroleerde differentiatie binnen het geheel.

Eén van de kritische succesfactoren bij de verdere invoering van de Ad is zeker de wijze waarop de opleiding de samenwerking met het bedrijfsleven vormgeeft. Het blijkt van belang te zijn dat daarvoor een structureel netwerk wordt opgebouwd met de werkgevers en de branches/beroepsorganisaties en dat dit in gezamenlijkheid in stand wordt gehouden. Een goed georganiseerd overleg waarmee over en weer de belangen kunnen worden gediend, is derhalve cruciaal.

Daarbij kan duidelijk worden gemaakt wat de verschillen zijn tussen een Ad en een Bachelor, maar ook de overeenkomsten. Het kan gaan om een analogie met het opbouwen van een carrière binnen het werkveld, waardoor het stapsgewijs doorlopen van een studie als normaal zal worden beschouwd voor werkenden. De processen rond de vormgeving van het 'levenlang leren' dienen nog hierop te gaan aansluiten, maar met de Ad is een belangrijke eerste stap gezet.

#### *Nog even...*

De gesprekken zijn gevoerd met opleidingen die als eerste een pilot kregen toegewezen. Daarbij zit een relatief groot aantal scholen die in het verleden over een kort-hbo-licentie beschikten. Daarmee wisten ze in 2006 uiteraard prima op welke wijze een kansrijk voorstel voor een Ad-pilot in elkaar moest worden gezet. Maar het gaf geen garantie voor een toekomstige positie van dit nieuwe niveau in het hbo, aangezien 'de markt' (studenten, werknemers en ook werkgevers) zeer dynamisch en opportunistisch omgaat met het scholingsaanbod.

In de gesprekken is gebleken dat met de Ad een grotere groep dan voorheen kan worden aangesproken, dus dat meer mensen uit de doelgroepen die eerst geen mogelijkheden zagen om een vierjarige bachelor te volgen, met de Ad worden 'gelokt'. Nu meer mensen een hogere opleiding gaan doen en tevens veelal ook opteren voor een doorloop naar de bachelor, is ook voor deze opleidingen en hogescholen een verrassend en plezierig effect. Veel aanbieders van het kort-hbo hebben toentertijd heftig geprotesteerd tegen het afschaffen ervan, maar men ziet nu in dat met de Ad een completer product op de scholingsmarkt is gekomen.

Overigens houdt de komst van de Ad in dat de hogescholen meer dan nu voorafgaande aan de instroom duidelijk moeten maken wat alle vernieuwingen inhouden – en dat de Ad niet zomaar het eerste het beste niveau in het hoger onderwijs is...

## Bezoek 1

---

### Algemeen

1. De betreffende hogeschool kende in het verleden een kort-hbo-opleiding. Die werd toen al als zeer waardevol gezien, gezien de relevantie voor het betreffende deel van de arbeidsmarkt. Maar met de goedkeuring door de NVAO, de erkenning dus van het programma met een wettelijk erkende graad, heeft deze opleiding een extra meerwaarde gekregen.
2. De opleiding voor de Associate degree biedt de mogelijkheid om samen te werken met uitzendbureaus. Zij bieden de ingeschrevenen een combinatie van werken en leren – en deze mensen worden daarmee meer employable en dus aantrekkelijker voor werkgevers.

### Specifiek

1. Men beschikt over een geaccrediteerd EVC-bureau, zodat men vanuit het werkveld een EVC-procedure kan doorlopen alvorens aan de Ad te beginnen.
2. Men heeft contact gelegd met een branche-organisatie die zich op een specifiek deel van de arbeidsmarkt richt. Daarmee zullen binnenkort afspraken over opscholing worden gemaakt.

### Opvallend...

De opleiding heeft in rap tempo het terrein dat verloren was gegaan door het verdwijnen van het kort-hbo, met de bijbehorende markt veroverd. De combinatie van een erkend diploma en de kwaliteit die de school zelf levert (en aantoont) lijkt ijzersterk te zijn.

## Bezoek 2

---

### Algemeen

1. Het is voor de hogeschool belangrijk dat men de vroegere tweejarige opleiding heeft kunnen ombouwen naar een Associate degree, binnen de wet- en regelgeving die daarvoor geldt. Juist het kunnen afgeven van een erkende graad is hierbij wezenlijk. Het werkveld stelt zonder meer prijs op een erkenning (accreditatie) als een bewijs van het niveau.
2. De Ad is ook een bredere opleiding, hetgeen mede bijdraagt aan de waardering door alle betrokkenen.
3. De Ad wordt gezien als een schakel in een keten, bij scholing ('levenlang leren').
4. Er komen in vergelijking met de voormalige tweejarige opleiding nu ook studenten uit andere delen van het werkveld naar de opleiding. De Ad is dus attractiever dan vroeger het geval was bij het kort-hbo, een opleidingstraject zonder een wettelijke erkenning.
5. Gingen er vroeger weinig deeltijdse studenten met een tweejarige opleiding doorstuderen voor de bachelor, nu constateert men dat de meerderheid opteert voor de Bachelor.

### Specifiek

1. De samenwerking met het werkveld krijgt een extra impuls aangezien bepaalde branche-diploma's die door het werkveld op zichzelf als waardevol worden gezien, binnen de Ad een plaats hebben gekregen. Degenen die naast het werk deze certificaten haalt, kan vrijstellingen krijgen voor de Ad – en kan daarmee een stevige verkorting realiseren.
2. De afnemende bedrijven en organisaties herkennen de Ad als zodanig, de bekendheid is groeiende en op basis daarvan werken hogeschool en bedrijfsleven goed samen.

### Opvallend...

De invoering van de Associate degree heeft het werkveld 'wakker geschud', in die zin dat men heeft ontdekt dat er ook nog meer mogelijkheden zijn om een tweejarige opleiding te gaan creëren. De waarde van de accreditatie en het wettelijke diploma (en de graad, niet te vergeten) betekent dat men bij de school heeft aangegeven meer Ad's te willen afnemen. De Ad is daarmee een instrument in de 'employability' geworden.

## Bezoek 3

---

### Algemeen

1. De belangrijkste doelgroep wordt gevormd door degenen die vroeger een mbo-opleiding hebben gedaan en vervolgens op basis van werkervaring de opleiding gaan volgen. Deze kunnen met deze vooropleiding en met eerder behaalde competenties in één jaar de Ad behalen.
2. Na de start van de Ad ziet men een interessante verschuiving in de doelgroepen, nl. er komen nu ook mensen die niet helemaal de juiste werkervaring hebben, maar zich willen laten omscholen. Deze kunnen dan vanaf het begin met de opleiding meedoen. Het feit dat een goed en door de markt erkend vakdiploma in de opleiding is opgenomen, helpt daarbij nadrukkelijk.
3. Het werkveld waarmee men in de regio te maken heeft, heeft in de afgelopen periode de Ad leren kennen en waarderen. Maar er is nog geen sprake van een eigen functie binnen het 'functiehuis' resp. om de Ad in de CAO-afspraken mee te nemen. Maar, dat is wel te merken, het is wel iets voor de zeer nabije toekomst.

### Specifiek

1. Bij het werkveld spelen in ieder geval de volgende zaken mee als het gaat om de keuze voor een Ad (werkgever en werknemer):
  - Kortdurend
  - Iemand die lang aarzelt, wordt hiermee over de streep getrokken om verder te studeren
  - Stap in de loopbaan
  - Switch maken in de loopbaan (zijstap – binnen de organisatie, vanuit een 'niet-verwante functie')
2. Het werkveld waarmee men samenwerkt, is blij dat door de opleiding is gekozen voor een duidelijk profiel richting de arbeidsmarkt, dus voor niet teveel varianten. Het schept absoluut de noodzakelijke herkenbaarheid.
3. Vanuit het werkveld wordt aangegeven dat in de richting van de werkgevers toch ook nog wel veel moeten worden uitgelegd over wat een Ad inhoudt en wat de waarde van een dergelijk diploma is. Maar degenen die nu al werken met Ad'ers, vermoeden dat men, zodra dit breder bekend is, veel meer gebruik zal gaan maken van de Ad.
4. Een belangrijk element is dat het werkveld goed inhoudelijk is betrokken bij de eindgesprekken bij de Ad (in de eindfase): beroepsvereniging, brancheorganisatie, regionaal MKB-Nederland/VNO-NCW.

### Opvallend...

Veel van de instromende studenten (werkenden) hadden al het plan om een branchegerichte opleiding te gaan volgen. Het bleek dat de competenties daarvan ook binnen de Ad voorkomen, dus de keuze was snel gemaakt door de werkgevers en werknemers: gewoon de Ad volgen...

De opleiding is door de invoering van de Ad in staat om nu aan te geven wat iemand moet kunnen en wat iemand 'als persoon en werknemer is' na twee jaren studie – door de wijze waarop de Ad nu is opgezet. Deze informatie is ontzettend goed bruikbaar, zowel door de bedrijven als door de (voltijdse) opleiding, omdat men daarmee beter in de propedeuse kan analyseren of een student al dan niet geschikt is voor de bachelor (en anders beter de Ad kan gaan doen, al dan niet na enige jaren werkervaring).

## Bezoek 4

---

### Algemeen

1. Na de afschaffing van het kort-hbo is een gat gevallen in het aanbod van een tweejarige hbo-opleiding. Met de invoering van de Ad is dit hersteld, al vraagt het – zo laat zich dit aanzien – wel enige tijd om de markt ‘terug te verdienen’. Maar dat zal wel lukken...
2. In de contacten met het regionale werkveld is gebleken dat men de Ad wel ‘ziet zitten’. Het moeten gaan volgen van een vierjarige opleiding is voor veel werkenden een te grote drempel om weer te gaan studeren.
3. Het aantal instromers kan nog hoger. Er wordt veel overleg gepleegd met bedrijven om de bekendheid van de Ad te vergroten en zo meer mensen te trekken. Daarnaast is het wel zo dat een meerderheid van de studenten bestaat uit werkenden die zichzelf aanmelden, en bezig zijn vanuit een eigen loopbaanplanning.

### Specifiek

1. Het werkveld voor deze opleiding is soms erg versnipperd. Met grote organisaties kunnen zonder meer contacten worden gelegd en afspraken worden gemaakt. Maar er zijn ook veel mkb-bedrijven – en de vraag waar men nog mee worstelt is hoe deze te informeren over de Ad.
2. De accountmanagers van de opleidingen nemen de Ad nadrukkelijk mee bij de contacten met de werkgevers, tijdens bijeenkomsten e.d. Het wordt dus vanuit hogeschool na de invoering ervan gezien als een goede aanvulling op het productenpalet.

### Opvallend...

De opleiding is op zich ‘conjunctuurgevoelig’ en dat bleek in het verleden uit de zgn. groen-pluk oftewel het al voor het afstuderen weghalen van studenten bij de hogescholen met een goede en stevig betaalde baan. Nu de opleiding in twee stappen kan worden gedaan, is dat ‘minder erg’ met een Ad op zak – en met de optie om in een later stadium de bachelor te kunnen behalen. Overigens ziet men degenen die vroeger een tweejarige opleiding hebben gedaan, alweer terugkeren... en in dat opzicht past de Ad in het concept van het Levenlang Leren.

## Bezoek 5

---

### Algemeen

1. Met de invoering van de Ad wordt de markt die er was voor het kort-hbo, weer teruggewonnen. Daarbij was overigens het niveau een probleem, de positionering ervan. Nu met de Ad heeft het diploma en de graad een herkenbare plaats in het onderwijssysteem gekregen. Dat is voor werkgevers en werknemers belangrijk.
2. Deze Ad is vooral bedoeld voor mensen met werkervaring die op basis van EVC worden toegelaten (assessment). Deze procedure vindt plaats in samenspraak met de werkgever.
3. Door de invoering van de Ad binnen de organisaties die deze studenten afnemen, dan wel de eigen werknemers de gelegenheid geven om de opleiding te volgen, kunnen ook andere groepen attent worden gemaakt op deze route. Men denkt eraan om te bezien of er varianten mogelijk zijn voor deze nieuwe doelgroepen d.w.z. mensen die niet volledig bij de kernactiviteiten zijn betrokken, maar wel vanuit de huidige functie de overstap willen en kunnen maken naar een functie waarvoor de Ad is bedoeld.

### Specifiek

1. De behoefte aan Ad'ers is groeiende en die zal ook blijven op termijn, gelet op de sterke doorstroom binnen de betrokken organisaties. De Ad'ers komen te werken in de 'midden-laag', het middenkader' dus. Daarbij gaat het om een 'kwetsbare' groep met functies, in die zin dat veel betrokkenen maar kort in die functie werkzaam zijn, vaak doorstromen of deze sector verlaten. Er zal daarom permanent behoefte zijn aan dit soort mensen met een Ad.
2. De Ad is nog niet opgenomen in de CAO als zodanig. Maar toch heeft de Ad een zekere plaats in het geheel, nl. als een diploma dat kan worden gehaald als de werkgever iemand nodig heeft voor een bepaalde functie. De opleiding kan worden gevolgd door mensen die aspiraties hebben om hogerop te komen en door de werkgever worden gezien als werknemers met een duidelijke potentie. Het is dus een positief 'selectiemiddel' binnen de organisatie en kan aantrekkelijk zijn voor degenen die een loopbaan binnen de organisatie beogen. De Ad kan tevens worden gevolgd door degenen die willen 'proeven' van bepaalde werkzaamheden en de functies die daarmee samenhangen.
3. Voor de functies die nu door een Ad'er kunnen worden ingevuld, was de Bachelor een te hoog diploma, met zaken die niet behoeven te worden gebruikt. Dus de Ad is ook wat dit betreft zonder meer vanuit werkgevers gezien een goede ontwikkeling.
4. De deeltijdse opleiding is niet bedoeld voor rechtstreeks instromende mbo'ers. Ook binnen de werkomgeving wordt niet gezien dat mbo'ers die aan het werk gaan, meteen een zekere potentie voor de Ad hebben. Juist de werkervaring en de mogelijkheden om door te stromen naar een hogere functie zijn erg belangrijk als voorwaarden om met een Ad te beginnen.
5. Vanuit het werkveld gezien is de Ad ook een bindingsmiddel. Vroeger bood men cursussen aan voor een bepaalde groep, maar zag dan ook mensen op een gegeven moment afhaken. Met de Ad kan men mensen in een duidelijke structuur opleiden, begeleiden en trainen. Ook voor de begeleider, de mentor, is het een goede optie.
6. Vanuit een van de betreffende werkgevers werd aangegeven dat er een duidelijk beleid rond de Ad bestaat. De Ad zit als het ware in een doorlopende opleidings- en scholingslijn, voor degenen die bij deze werkgever werken. Dat schept helderheid. De groep met Ad'ers wordt dus als zodanig (h)erkend binnen de organisatie. Kortom, de Ad valt goed in de organisatie. Er zijn oudere werknemers die juist met de Ad mogelijkheden zien om andere zaken op basis van deze opleiding aan te gaan pakken.

### Opvallend...

Deze Ad is een voorbeeld van een traject dat in hoog tempo een plek heeft gevonden in het opleidingsaanbod en het scholingsbeleid binnen de organisaties die participeren in de vormgeving van de Ad. Deze Ad wordt ook gezien als een 'aanlokkelijk' opleidingstraject voor 'high potentials' en mensen die meer willen en kunnen in de organisatie.

## Bezoek 6

---

### Algemeen

1. Werkgevers beginnen langzaam aan te begrijpen wat de Ad te bieden heeft. Bepaalde organisaties bellen nu al uit zichzelf of er (voltijdse) Ad'ers beschikbaar zijn.

### Specifiek

1. De Ad kan zonder meer aantrekkelijk zijn voor mbo'ers die tegen een studie van vier jaar aankijken. Een tweejarige opleiding is dan een goed alternatief, in de wetenschap dat je dan desgewenst meteen kunt doorstuderen.
2. Een verdere differentiatie binnen de Ad, bijv. door naar andere aandachtsgebieden te kijken binnen het beroepenveld, is niet aan de orde. De opleiding is al breed genoeg.
3. Mogelijk dat er een markt met allerlei nieuwe functies en bijbehorende competenties kan worden aangeboord, nu ook het werkveld zelf aan het veranderen is.

### Opvallend...

Het werkveld is al van oudsher gewend aan een opleidingsstructuur, geordend op basis van hetgeen in de CAO (het functiehuis) als niveaus wordt omschreven. De invoering van de Ad heeft in de eerste fase in dat opzicht voor 'verwarring' gezorgd. Toch merkt men de laatste periode dat men de Ad'er zonder meer kan gebruiken... en dus komt de dialoog tussen werkgevers en de opleiding op gang...

## Bezoek 7

---

### Algemeen

1. Men heeft een duidelijke aanlooffase bij het in de markt zetten van de Ad gekend. Maar na die periode kwam er vanuit het gehele land belangstelling voor het kunnen volgen van het programma.
2. De eerste Ad'ers zijn afgestudeerd. Zij zijn merendeels aan de slag gegaan met hun diploma.
3. De markt voor Ad'ers accepteert nadrukkelijk de Ad als een hbo-opleiding en een dito-diploma. De landelijke branche-organisatie ondersteunt de ontwikkeling van de Ad. Ook adverteert men al vanuit de branche rond de Ad – en dat helpt mee aan het bekend maken van de Ad als een nieuw hbo-niveau. Een grote werkgever heeft de Ad in het functiehuis opgenomen.

### Specifiek

1. Binnen het tweede jaar van de Ad krijgen de studenten hun eigen programma, gericht op de functies die met een Ad kunnen worden verkregen.
2. De groep met allochtone studenten kan ook worden gezien als belangrijk voor de Ad. Op die wijze kan men doorstuderen, eerst voor een kortere opleiding, om dan te bezien of voor de persoon in kwestie doorgaan met de opleiding dan wel aan het werk gaan de beste optie is.
3. De praktische opzet binnen de Ad is handig omdat men daarmee 'dicht op de huid van het werkveld zit' en omdat werkgevers op die manier duidelijk zicht hebben op hetgeen er wordt aangeboden en wat een Ad-traject inhoudt.
4. Vanuit het werkveld wordt aangegeven dat men de Ad als een goed programma ziet, aansluitend op hetgeen binnen het functiehuis zoal aanwezig is. Een Ad'er kan daarmee flexibel worden ingezet.
5. Ook is duidelijk geworden dat er allerlei functies en werkzaamheden zijn binnen het werkveld waarvoor een Bachelor overschoold is. Dat kan leiden tot ontevredenheid (bij werkgever en werknemer) en dus is de Ad in dat geval 'een uitkomst'.
6. De Ad is ook een uitkomst voor de wat kleinere organisaties, in de regio en ook als het om een duale vorm gaat (toch werken en daarnaast een hoger diploma behalen) een goede opzet.

### Opvallend...

Bij de start van de Ad heeft men eigenlijk gewoon maar de opleiding geordend op basis van de bestaande indeling in jaren. Toen het regionale werkveld de Ad ontdekte, heeft men van daaruit aangegeven dat er een hele andere opzet nodig was (en de opleiding merkte dat de eerste opzet jammergenoeg de verkeerde doelgroep aantrok). Dat heeft binnen een jaar geleid tot een dusdanige invulling van het Ad-programma dat de mbo'ers en werkenden op dit niveau een uitgelezen kans biedt om een baan bij een aantal specialistische bedrijfjes te vinden. Waar men vroeger bachelors van een andere opleiding aantrok, kan nu door werkgevers een beroep worden gedaan op Ad'ers met de juiste competenties.

## Bezoek 8

---

### Algemeen

1. Deze Ad is een bijzondere, omdat de doelgroep bestaat uit jongeren die zowel met mbo-4 als de Ad in een eigen bedrijf aan het werk kunnen gaan. Toch hebben ze – met het oog op de toekomstige ontwikkelingen binnen de sector – meer competenties nodig dan het mbo-4 niveau biedt.

### Specifiek

1. Er leven gedachten om binnen deze Ad meer maatwerk te gaan bieden, gelet op hetgeen het werkveld ook vraagt.

### Opvallend...

De opleiding is specifiek bedoeld voor een sector van de arbeidsmarkt waarin eigenlijk alleen maar zelfstandige ondernemers werkzaam zijn. De druk op de studenten om de Ad te gaan volgen, komt vooral uit de bestaande 'markt' waarbij men aangeeft dat er 'meer nodig is dan mbo, om in de toekomst om te overleven'.

## Bezoek 9

---

### Algemeen

1. Er is bij de start veel energie gestoken in het bekendmaken van de Ad bij de werkgevers en instellingen.
2. Het gaat om werknemers die een aansturende functie op de werkvloer hebben. Men heeft dan ook het idee dat de grote meerderheid van deze studenten met de Ad aan de slag kan gaan en dat men de Ad op dat moment als het eindniveau beschouwt. Uiteraard kan men wel doorstuderen voor de Bachelor.

### Specifiek

1. De behoefte aan Ad'ers vindt mede z'n oorzaak in het platter worden van de organisaties, waardoor mensen in het middenkader (en mensen met benamingen die daarbij passen) meer nodig zijn. Voorheen moesten deze functionarissen trainingen e.d. volgen, maar nu is er dus de Ad als mogelijkheid.
2. Geconstateerd wordt dat de Ad in hoog tempo een eigen plek aan het verwerven is en als zodanig aansluit bij de behoefte die er binnen de organisaties is aan mensen die op dat niveau zijn opgeleid.
3. Met de Ad wordt een 'leergierige doelgroep' aangeboord. Het handigste is wel dat men over relevante werkervaring beschikt, aangezien in de lessen daarvan gebruik kan worden gemaakt. En dat het geleerde in de praktijk kan worden gebracht, dus dat men al in een bepaalde constructie aan het werk is.
4. Van buitenaf zou de vraag kunnen worden gesteld of 15 maanden wel voldoende is om een duidelijk hoger niveau te bereiken. Volgens de betrokkenen (docenten, studenten) is dat zonder meer mogelijk. Het gaat om een duidelijk compacte opleiding, met duidelijke competenties, met werkvormen die aansluiten bij de dagelijkse praktijk enz.  
Juist ook met feedback van de groep studenten als geheel, met de reacties van degenen die werken in de omgeving van de student, enz. wordt een duidelijke verrijking van de Ad-opleiding bereikt. Dus: hard werken en studeren, binnen een beperkte tijd, levert veel 'output' op... en geeft de mogelijkheid om het Ad-niveau daadwerkelijk te behalen.  
Er is derhalve sprake van een duidelijke transfer tussen hetgeen in de opleiding wordt gedaan en de situatie in het werk.  
Opgemerkt wordt dan ook dat het bij de samenstelling van de groep belangrijk is om goed te kijken naar de achtergrond en de positie van de student, om het maximale rendement uit de opleiding te kunnen halen.
5. Vanuit de studenten wordt aangegeven dat de Ad noodzakelijk is om het middenkader (en andere mensen in een dergelijke positie) de benodigde kennis, houding en vaardigheden bij te brengen, teneinde de benodigde kwaliteit die nodig is binnen deze sector, te kunnen blijven garanderen. Anders gezegd, om de vereiste kwaliteitsslag te kunnen maken, is de Ad een onmisbaar instrument. Het verdwijnen van de Ad zou een duidelijke 'aderlating' zijn, die 'we ons als Nederland niet kunnen veroorloven...'
6. De Ad kan in bepaalde situaties ook fungeren als 'schakel' op de werkvloer. Degene die de Ad heeft gedaan, 'begrijpt' zowel wat 'daaronder' als 'daarboven' allemaal gebeurt. Dat is een duidelijke erkenning van het niveau...
7. Vanuit het werkveld wordt aangegeven dat de Ad een duidelijke positie heeft binnen de organisaties en als zodanig noodzakelijk is – en dus 'gewoon moet blijven'. Het gaat hierbij om functies waarvoor de Ad een passende opleiding is. Een bachelor is hiervoor niet nodig, omdat je dan over een ander niveau en over andere functies praat.
8. De student werkt binnen de eigen werkomgeving in een groep. Dat zo iemand de Ad volgt, heeft ook invloed op het functioneren van het geheel op de werkvloer en is belangrijk voor de gehele groep als zodanig. Men kan zich hierdoor als groep ontwikkelen...
9. De Ad is, samengevat, een goed personeelsinstrument en is ook nodig voor het opleiden van de juiste mensen in de organisaties. Men kan er ook de mensen die meer kunnen en willen, mee vasthouden in het bedrijf.

**Opvallend...**

De successen die men met de Ad in korte tijd boekte, trokken ook de aandacht van werkgevers in andere regio's. Deze wilden de Ad ook wel voor hun werknemers in het scholingspakket opnemen. Omdat in de buurt (nog) geen aanbod is, heeft men gevraagd om de (duale) Ad ook aldaar te gaan aanbieden.

Degenen die aan de opleiding meedoen, geven aan dat de compactheid van de Ad de docenten en de studenten zelf dwingt om gericht te werk te gaan – en de tijd goed te benutten. Dat leidt tot een specifieke sfeer binnen de opleiding – ook als het gaat om de relatie met de werkgevers die hun personeel gemotiveerd bezig zien, onder de kostbare werktijd – die als erg goed te karakteriseren is.

## Bezoek 10

---

### Algemeen

1. Vroeger had men kort-hbo. Door de invoering van de Ad heeft men deze groep ook weer 'te pakken', maar door de opzet ervan is het ook een aangrijpingspunt geweest om te komen tot een 'meer actuele aanpak', inclusief een gerichte onderwijsvernieuwing.
2. Bij de invulling van de Ad wordt goed gebruik gemaakt van de signalen uit het werkveld, over de behoefte aan bepaalde mensen en competenties. Daarmee verdient de Ad een zichtbare status binnen dat werkveld.
3. De Ad wordt binnen de academie gezien als een nadrukkelijke verworvenheid, waarmee men de markt prima kan bedienen.
4. Ten aanzien van het onder de doelgroepen bekendmaken van de Ad als fenomeen wordt onder meer gebruik gemaakt van de website en de open dagen. Ook in de adviesraden van de opleidingen wordt de Ad besproken. In de contacten met branches en O&O-fondsen komt de Ad eveneens aan de orde.
5. En uiteraard zijn er de werkgevers van de studenten die op die wijze in aanraking komen met de Ad en de hogeschool – en daarmee ervaring opdoen.

### Specifiek

1. Wat betreft de mogelijkheid dat de Ad'ers straks de mbo'ers zouden kunnen verdringen op de arbeidsmarkt, kan worden gesteld dat dit niet het geval is. Binnen het werkveld zijn beide groepen nodig en hebben/vinden ze een eigen plek.
2. De opzet en aanpak in de eerste twee jaren gelden op eenzelfde wijze voor de Ad'ers en degenen die direct de Bachelor doen. Toch wordt in het werkveld gezien dat de Ad'er een andere persoon is dan iemand die als Bachelor aan de slag gaat. De interesse die Ad'ers tonen is anders en richt zich op concrete zaken. Maar dat betekent ook dat men de Ad'ers op basis van die achtergrond snel op de juiste plaats kan neerzetten.
3. Binnen het werkveld wordt langzamerhand de Ad wel degelijk een bekender fenomeen, maar het is nog steeds nodig om het onderscheid met mbo-4 en het voormalige kort-hbo goed aan te geven en voor het voetlicht te brengen bij werkgevers.
4. De betrokkenheid van het werkveld bij de opleiding is groot. Deze is tevens van belang als bepaalde zaken in samenwerking tussen de school en bedrijven worden uitgevoerd. Daarbij is het cruciaal dat de beoordeling van praktijkprojecten en dergelijke op de juiste wijze plaatsvindt. Bij de keuze voor de vorm waarin de Ad wordt aangeboden, moet hiermee rekening worden gehouden.
5. Vanuit het werkveld wordt aangegeven dat het een goede zaak is als een hogeschool een duidelijke strategie heeft ten aanzien van flexibilisering (gelet op het levenlang leren en de noodzaak dat ook ouderen scholing volgen). De Ad past hierin zonder meer.

### Opvallend...

Het werkveld is nadrukkelijk gewend aan scholing d.w.z. dat de werknemers van tijd tot tijd dienen te worden geschoold, gelet op de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. De Ad past in dat opzicht naadloos in het aanbod aan scholingstrajecten. Deze hogeschool heeft al een goede naam op de relevante arbeidsmarkt, maar de Ad biedt de mogelijkheid om mbo'ers het juiste zetje te geven om zich te profileren binnen de loopbaan.

## Format bezoeken

---

Bij de bezoeken aan de hogescholen is in principe het volgende format gehanteerd.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen invuller
Naam hogeschool		
Naam opleiding		
Naam contactpersoon bezoek		
Mailadres contactpersoon		
Telefoonnummer contactpersoon		
Voorstel datum – graag twee mogelijkheden aangeven	1 2	
Voorstel dagdeel (ochtend dan wel middag)		
Sessie met 'het onderwijs'	ja / nee	
Sessie met 'werkveld'	ja / nee	
Beoogde aanwezigen bij de algemene sessie (naam en functie)		
Beoogde aanwezigen bij de sessie met 'het onderwijs' (naam en functie)		
Beoogde aanwezigen bij de sessie met het werkveld (naam en functie)		
Onderwerpen voor de algemene sessie (aan te dragen door de opleiding zelf)		
Idem, voor sessie met 'het onderwijs'		
Idem, voor sessie met het werkveld		
Algemene zaken die in ieder geval moeten worden meegenomen in het overleg		