

EEN STEVIGE POSITIE IN HET HOGER ONDERWIJS

MONITOR IMPLEMENTATIE WET INVOERING ASSOCIATE
DEGREE-OPLEIDING 2018-2022

EINDRAPPORT

seo • economisch onderzoek

AUTEURS

EMINA VAN DEN BERG, HARRIËT PRINS, KOEN VAN DER VEN, PAUL BISSCHOP

IN OPDRACHT VAN

MINISTERIE VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

AMSTERDAM, NOVEMBER 2022

Samenvatting

Associate degree-opleidingen nemen nog steeds toe in aantal en in aantal deelnemers en hebben daarmee een stevige positie bemachtigd in het hoger onderwijs. Ad-studenten zijn overwegend tevreden over hun opleiding en na afstuderen stroomt circa 30 procent door naar een hbo-bacheloropleiding. Op de arbeidsmarkt worden verschillen waargenomen in soort dienstverband en beloning tussen alumni van voltijd en deeltijd/duale Ad-opleidingen.

De Associate degree (Ad) is een tweejarige hbo-opleiding die qua niveau tussen mbo-4 en hbo-bachelor valt. Dit type opleidingen is in 2006 geïntroduceerd als pilot, waarbij het programma onderdeel was van een hbo-bacheloropleiding. Sinds 1 januari 2018 heeft de Ad een zelfstandige positie gekregen in het hoger onderwijs via de Wet invoering Associate degree-opleidingen. Deze verzelfstandiging heeft als doel om de Ad een aantrekkelijker profiel te geven voor zowel mbo-4-afgestudeerden als werkenden die zich willen op- of bijscholen. De Ad fungeert daarmee als belangrijk instrument om leven lang leren een impuls te geven.

De Ad is langdurig gemonitord: allereerst tijdens de pilotfase (2006-2012)¹ en vervolgens na de wettelijke verankering op 1 september 2013². Daarnaast zijn verschillende onderzoeken naar de Ad uitgevoerd, zoals recentelijk door de Inspectie van het Onderwijs en ROA en kort geleden is een nieuw onderzoek gestart waarin o.a. de keuzes worden blootgelegd die gemaakt worden omtrent de samenwerking tussen het mbo, hbo-bacheloropleidingen en het werkveld om (nieuwe) Ad-opleidingen zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de behoeften van de diverse doelgroep die de Ad aantrekt³.

Dit rapport doet verslag van de meerjarige monitor (2018-2022) die is uitgevoerd na de verzelfstandiging van de Ad. Daarin staat drie thema's centraal: (1) het onderwijsaanbod; (2) de Ad-student en (3) de arbeidsmarktpositie na afstuderen. Voor deze monitor is gebruikgemaakt van een mix van bestaande bronnen (DUO-registratiegegevens en CBS Microdata) en aanvullende bronnen (enquêtes onder Ad-studenten en -alumni en interviews met aanbieders van Ad-opleidingen).

Het onderwijsaanbod en de vraag groeien door

De nieuwe status van de Ad sinds januari 2018 heeft voor een impuls gezorgd in het aanbod. In 2020-2021 werden in totaal 325 Ad-opleidingen aangeboden, in 2018-2019 waren dat er nog 280. Ad-opleidingen worden aangeboden in publiek bekostigde vorm en in private vorm. De afgelopen drie jaar zat de groei met name bij de publiek bekostigde Ad-opleidingen. Ook het aantal instromende Ad-studenten is gegroeid, met name door relatief meer voltijd en deeltijd Ad-studenten bij publiek bekostigde aanbieders.

Publiek bekostigde aanbieders hebben een meer gevarieerd aanbod dan private aanbieders. Bij private aanbieders betreft driekwart een economische Ad-opleiding. Het type aanbod bij zowel publiek bekostigde als private

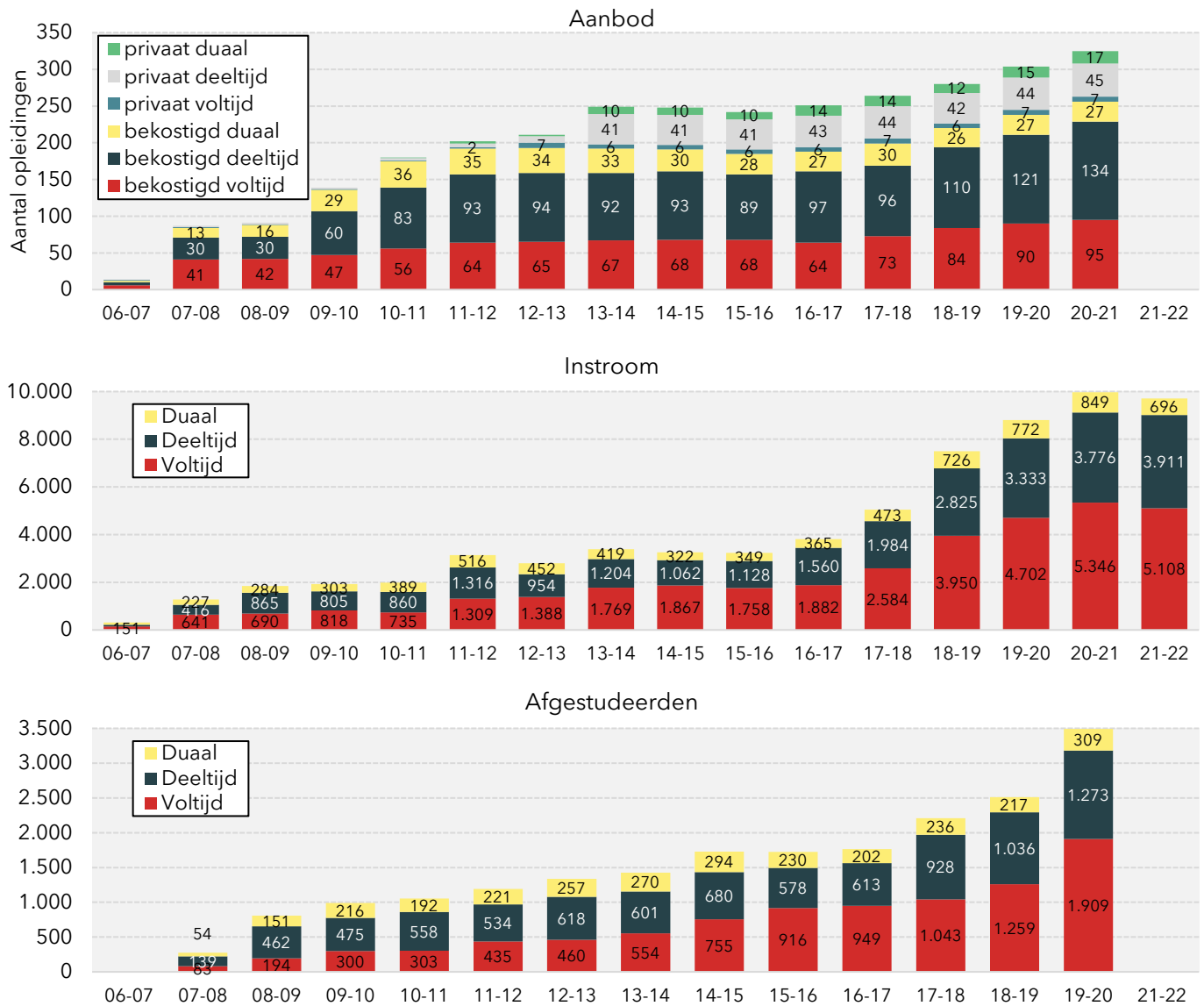
¹ De Graaf & Van den Berg (2010). Monitor Associate degree 2006-2010. Amsterdam: SEO; Mulder e.a. (2016). Monitor Ad-ronde 4B: samenwerking mbo-hbo bij het opzetten van Associate degrees; een beproefd succes? Den Bosch/Amsterdam: ecbo/SEO.

² Imandt e.a. (2015). Klaar voor de groei? Monitor uitrol Associate degree. Amsterdam: SEO.

³ Dit onderzoek wordt uitgevoerd door SEO, CAOP en Avans Hogeschool met financiering van het NRO en is naar verwachting medio 2023 afgerond.

aanbieders is sinds 2018-2019 nauwelijks veranderd. Ook de sectorkeuze van Ad-studenten is redelijk consistent over de tijd gebleken en dat geldt ook voor de top 10 meest gekozen Ad-opleidingen.

Figuur S.1 Het aanbod, de instroom en het aantal afgestudeerden nemen steeds verder toe



Bron: CROHO (aanbod) en CBS Microdata (instroom en afgestudeerden), bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

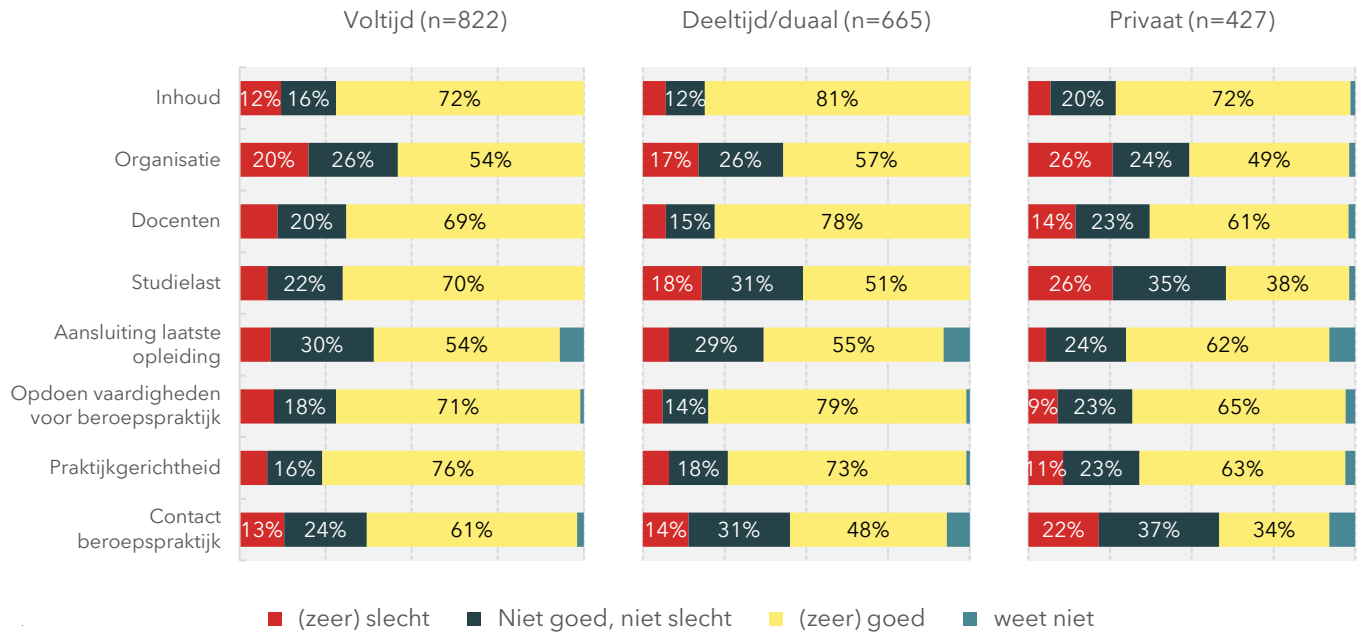
De aantrekkingskracht en tevredenheid scoren nog steeds goed

De Associate degree trekt nog steeds aan vanwege de relatief korte opleidingsduur en de doorstroommogelijkheid naar de hbo-bachelor. Dat laatste blijkt ongeveer 30 procent van de alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen ook daadwerkelijk te doen.

Het merendeel van de Ad-studenten is tevreden of zeer tevreden met hun opleiding in het algemeen, wat tot uiting komt in een gemiddeld rapportcijfer van rond de 7. Publiek bekostigde Ad-opleidingen scoren net iets beter dan private Ad-opleidingen. Vooral de inhoud, praktijkgerichtheid en de opgedane vaardigheden voor de beroepspraktijk worden goed gewaardeerd. Minder tevreden zijn Ad-studenten over de organisatie en studielast. De

diepgang van de opleiding lijkt een mogelijk verbeterpunt. Desondanks geven de meeste Ad-studenten en Ad-alumni aan wederom voor een Ad-opleiding te kiezen, mochten ze opnieuw voor die keuze staan.

Figuur S.2 De inhoud van de opleiding wordt het meest gewaardeerd door Ad-studenten



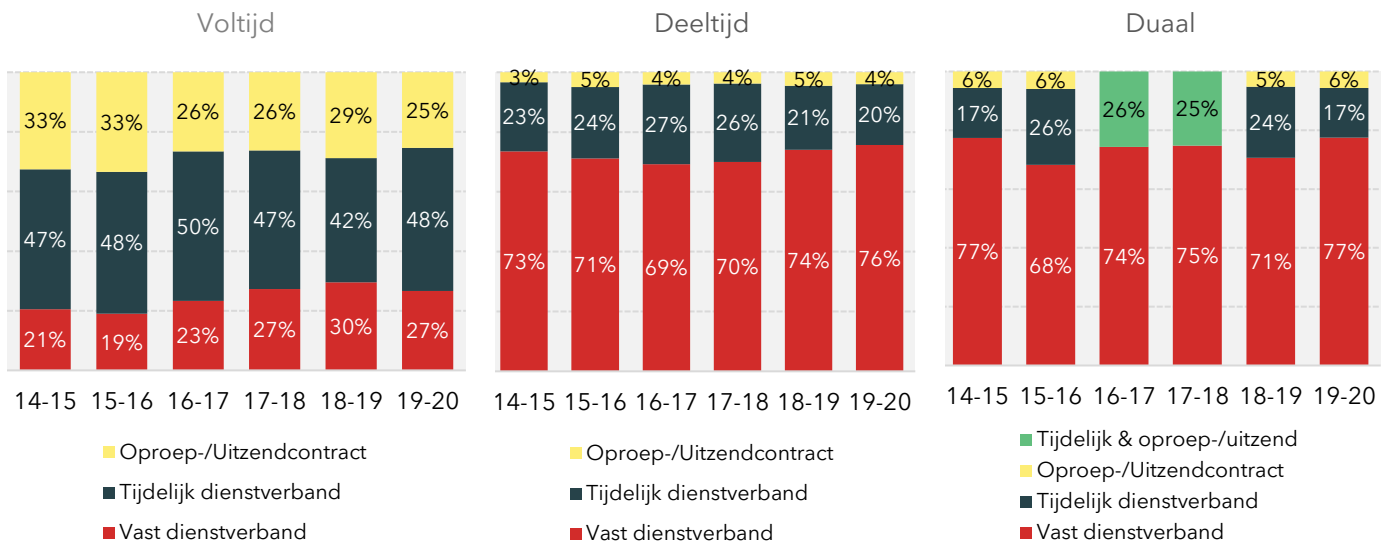
Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Verschillen in arbeidsmarktpositie tussen voltijd en deeltijd/duale Ad-alumni

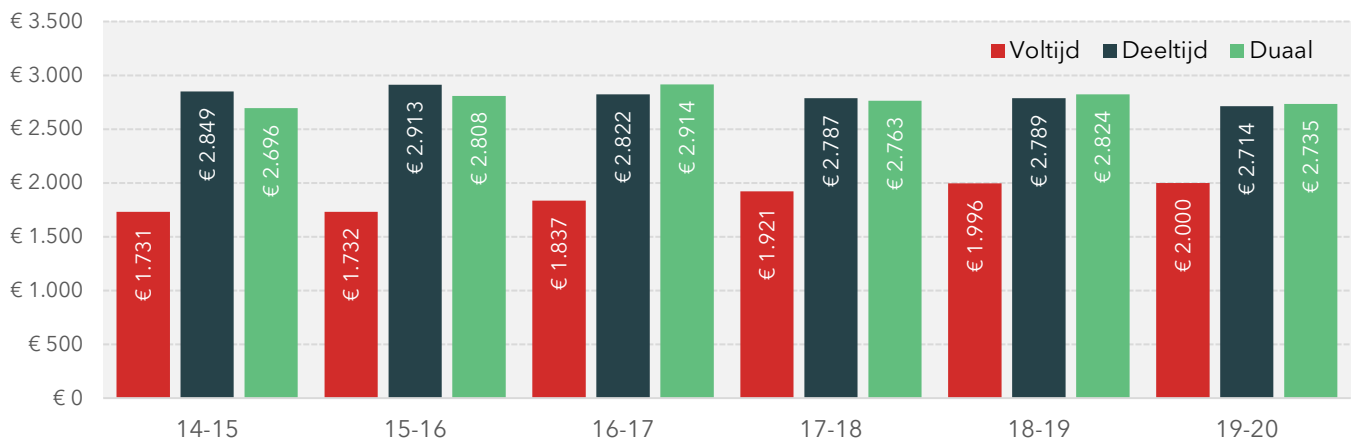
Van degenen die niet verder studeren na de Associate degree (circa 70 procent), werkt het overgrote deel. Op de arbeidsmarkt zijn verschillen waargenomen in soort dienstverband en beloning tussen alumni van voltijd en deeltijd/duale Ad-opleidingen. Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd hebben minder vaak een vast dienstverband dan degenen die de Ad in deeltijd of duale vorm hebben gevolgd. Dit verschil hangt naar alle waarschijnlijkheid samen met het verschil in (relevante) werkervaring. Uit de enquêtes blijkt namelijk dat een groot deel van de deeltijd en duale Ad-studenten na afstuderen bij dezelfde werkgever blijft werken en daar mogelijk al een vast dienstverband had.

Het verschil in (relevante) werkervaring tussen voltijd en deeltijd/duale Ad-alumni lijkt ook tot uiting te komen in het bruto maandloon dat Ad-alumni verdienen. Zowel het mediane bruto maandloon als het mediane bruto uurloon van Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd zijn lager dan dat van Ad-alumni die in deeltijd of duale vorm hebben gestudeerd. De beloning van Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd is in de afgelopen zes jaar wel relatief het meest gegroeid.

Figuur S.3 De mate van een vast dienstverband en het mediane bruto maandloon verschilt tussen werkenden die een voltijd of deeltijd/duale Ad-opleidingen gevolgd hebben



Ontwikkeling van het mediane bruto maandloon



Bron: CBS Microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Op basis van deze monitor vallen de volgende ontwikkelingen het meest op:

- Het **aanbod** van Ad-opleidingen is toegenomen sinds de verzelfstandiging, met name door de groei van opleidingen binnen de sectoren techniek en gedrag en maatschappij bij publiek bekostigde aanbieders. Desondanks wordt het aanbod nog steeds overheerst door economische Ad-opleidingen, zowel bij publiek bekostigde als bij publiek private aanbieders;
- Aanbieders van de Ad werken veelal samen met mbo-instellingen, hbo-bacheloropleidingen en het werkveld. Dit wordt enerzijds verplicht voor het kunnen doorlopen van de macrodoelmatigheidstoets en anderzijds als gewenst gezien voor een goede afstemming op de diverse doelgroep (mbo-4 en werkenden) en het afnemende werkveld. De **samenwerking** met het mbo blijkt zich vooral te manifesteren bij de ontwikkeling van de Ad-opleiding, maar de mate waarin dit wordt voortgezet verschilt. Vooral bij voltijdopleidingen lijkt de samenwerking met het mbo beter stand te houden dan bij deeltijd en duale Ad-opleidingen. Ondanks dat de bekendheid verbetert, is het werkveld nog niet breed bekend met de Ad;

- De Ad trekt een vrij consistente doelgroep aan, waarbij wel verschillen bestaan tussen de doelgroep van publiek bekostigde en private aanbieders en tussen voltijd en deeltijd/duale Ad-opleidingen. De belangrijkste studiekeuzemotieven zijn onveranderd: vooral de tweejarige duur en de doorstroommogelijkheid naar de hbo-bachelor trekken aan. **Ad-studenten** zijn het meest tevreden over de inhoud en de praktijkgerichtheid en het minst tevreden over de diepgang van de opleiding. Circa 30 procent van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen stroomt door naar de hbo-bachelor. Dit verschilt echter per opleiding, waarbij relatief het minst in de tekortsectoren;
- Op de **arbeidsmarkt** blijken de voornaamste opbrengsten de betere doorgroeimogelijkheden en meer werkplezier voor degenen die al werkten tijdens de Ad. Degenen die nog niet werkten zijn vooral gegroeid in vertrouwen in eigen kunnen. De gevolgde Ad-opleiding sluit voor het merendeel van de werkenden voldoende of goed aan op de huidige baan.

Inhoudsopgave

Samenvatting	i
1 Inleiding	1
1.1 Wet invoering Associate degree-opleiding	1
1.2 Onderzoeksvragen	2
1.3 Informatiebronnen	3
1.4 Leeswijzer	7
2 Ontwikkelingen in vraag en aanbod	8
2.1 Ontwikkeling in het aanbod van Ad-opleidingen	8
2.2 Ontwikkeling van de instroom	10
2.3 Ontwikkeling van het aantal afgestudeerden	16
2.4 Ontwikkeling van de uitval	18
2.5 Samenwerking in het kader van de Ad	19
3 Studenten over de Associate degree	25
3.1 Studiekeuzemotieven	25
3.2 Waardering van de opleiding	29
3.3 Waardering van de stages	33
3.4 Gevolgen van corona	34
4 Na de Associate degree	38
4.1 Doorstuderen na de Ad	38
4.2 Arbeidsmarktpositie na afstuderen	41
Bijlage A Interviews	49
Bijlage B Vragenlijst studenten	50
Bijlage C Vragenlijst alumni	57

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 heeft sinds 2018 de ontwikkelingen rondom Associate degree-opleidingen gevolgd, op basis van verschillende informatiebronnen, waaronder registratie-data van DUO en enquêtes onder studenten en alumni.

De Associate degree (Ad) is een tweejarige hbo-opleiding die qua niveau tussen mbo-4 en hbo-bachelor valt. De Ad vervult daarmee de behoefte van zowel studenten die op zoek zijn naar een praktijkgerichte en kortdurende hbo-opleiding als van werkenden die zich willen op- of bijscholen op hbo-niveau. Om die reden fungeert de Ad als instrument om leven lang ontwikkelen in Nederland een impuls te geven.

Na introductie van de pilotfase van de Ad in 2006 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 kon aan de Ad een aantrekkelijker profiel voor mbo-4-afgestudeerden en werkenden worden gegeven, waardoor de Ad zich succesvoller kon ontwikkelen. Dit onderzoek heeft de ontwikkelingen rond Ad-opleidingen gevolgd tussen 2018 en 2022.

1.1 Wet invoering Associate degree-opleiding

De Ad heeft sinds 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 om een eigen volwaardige identiteit te ontwikkelen met een helder arbeidsmarktprofiel. Daarbij horen een eigen pedagogisch concept met bijbehorende didactische werkvormen en eigen faciliteiten. De Ad moet een aantrekkelijke optie zijn voor in ieder geval mbo-4-studenten en werkenden.

Voor de aanbieders van Ad-programma's hield de verzelfstandiging in dat zij de aan de bachelor gekoppelde programma's moesten omzetten naar 'losse' Ad-opleidingen.⁴ Daarbij dienden de wijzigingen in de wet- en regelgeving te worden gevolgd. Tabel 1.1 toont de belangrijkste wijzigingen die per 1 januari 2018 zijn ingegaan.

Allereerst hoefden de doelstellingen en het curriculum van de Ad niet langer overeen te stemmen met die van een programmatisch verwante hbo-bacheloropleiding. Bovendien hoefde de Ad-aanbieder die verwante hbo-bacheloropleiding niet langer zelf aan te bieden. Dit moest ruimte bieden voor eigen profilering, maar ook voor nieuw aanbod of het ontwikkelen van Ad-opleidingen die 'cross-overs' waren van al bestaande opleidingen. De Ad-aanbieder dient sinds 2018 wel nog steeds de doorstroom van de Ad naar een vervolgtraject te ondersteunen, indien de Ad-student daar behoefte aan heeft. Ad-afgestudeerden hebben namelijk hun doorstroomrecht naar een hbo-bacheloropleiding behouden. 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 is afhankelijk van de mate van verwantschap van de Ad met de bachelor waarnaar doorgestroomd wordt.

⁴ 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 arbeidsmarktrelevant 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 vooraf duidelijk zijn in welke soorten banen, waaronder nieuwe banen, afgestudeerden terecht kunnen komen.

Tabel 1.1 De belangrijkste veranderingen per 1 januari 2018

Situatie vóór 1 januari 2018	Situatie sinds 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 beroeps-onderwijs.
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 is gelijk gebleven.
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 is gelijk gebleven.
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 aantoonbaar voldoet aan aanvullende en/of nadere vooropleidingseisen.	De situatie is gelijk gebleven.
De omvang van de resterende studielast bij alle andere hbo-bacheloropleidingen dan de hbo-bacheloropleiding waarvan het Ad-programma onderdeel uitmaakt, is afhankelijk van de 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

Om de ontwikkelingen van Ad-opleidingen na de invoering van de wetswijziging per 1 januari 2018 te kunnen volgen, heeft het ministerie van OCW aan SEO Economisch Onderzoek gevraagd een monitoronderzoek uit te voeren tot medio 2022. Deze eindrapportage geeft een beeld van de ontwikkelingen tussen 2018 en 2022. Drie cohorten Ad-studenten en Ad-afgestudeerden staan daarbij zo veel mogelijk centraal: de studenten en afgestudeerden van 2018-2019, 2019-2020 en 2020-2021.

Het monitoronderzoek is ingericht aan de hand van drie thema's: (1) onderwijsaanbod; (2) student en (3) arbeidsmarkt. De eindrapportage beantwoordt de volgende onderzoeksvragen:

1. Onderwijsaanbod

- a. Hoe verloopt de ontwikkeling van het aantal Ad-opleidingen?
- b. Hoe verloopt de samenwerking tussen mbo-instellingen en hogescholen bij de ontwikkeling van nieuwe Ad-opleidingen en omgezette Ad-programma's?
- c. Hoe verloopt de betrokkenheid van het regionale bedrijfsleven bij de ontwikkeling van nieuwe Ad-opleidingen en omgezette Ad-programma's, alsmede de betrokkenheid van het regionale bedrijfsleven bij de vormgeving van het onderwijs binnen de Ad-opleiding?

2. Student

- a. Hoe verloopt de ontwikkeling van het aantal studenten in Ad-opleidingen?
- b. Welke motieven hebben studenten om voor een Ad-opleiding te kiezen en welke rol spelen financiële aspecten daarbij?
- c. Hoe verloopt de ontwikkeling van het aantal Ad-afgestudeerden dat doorstroomt in hbo-bacheloropleidingen?
- d. Hoe verloopt de ontwikkeling van doorstroommogelijkheden naar een hbo-bacheloropleiding voor Ad-afgestudeerden?
- e. Hoe verloopt de ontwikkeling in het aantal hbo-bachelorstudenten dat 'afstroomt' naar een Ad-opleiding?
- f. Hoe verloopt de tevredenheid van Ad-studenten met de Ad-opleiding?
- g. Hoe verloopt de ontwikkeling van het aantal uitvallers uit Ad-opleidingen?

3. Arbeidsmarkt

- a. Hoe verloopt de ontwikkeling van stages in het curriculum?
- b. Hoe waarderen studenten de stagebegeleiding?
- c. Hoe verloopt de doorstroom van Ad-afgestudeerden naar de arbeidsmarkt?
- d. Welke opbrengsten heeft een Ad-opleiding op de arbeidsmarkt?

1.3 Informatiebronnen

Het monitoronderzoek benut vijf verschillende informatiebronnen. Deze worden hieronder nader toegelicht.

DUO-registratiegegevens

Het onderzoek maakt gebruik van drie informatiebronnen die van DUO afkomstig zijn. Ten eerste wordt in het Register Onderwijsdeelnemers (ROD, voorheen BRON) bijgehouden welke individuen het Nederlandse hoger onderwijs in- en uitstromen, op basis van een uniek onderwijsnummer per individu. Voor dit onderzoek zijn de registergegevens van alle eerstejaars Ad-studenten van publiek bekostigde instellingen opgevraagd die in de studie jaren 2018-2019, 2019-2020 en 2020-2021 stonden ingeschreven. Het betreft onder meer gegevens over achtergrondkenmerken (o.a. geslacht en leeftijd), vooropleiding(en) en opleidingsvorm. Ten tweede worden sinds kort in het ROD ook gegevens verzameld over studenten van private instellingen. Dit bestand is in ontwikkeling, waardoor de gegevens nog niet konden worden vrijgegeven. Desondanks heeft DUO op basis van het voorlopige bestand een schatting kunnen geven van het aantal Ad-studenten bij private instellingen. Ten derde is gebruikgemaakt van het publiek beschikbare CROHO⁵, waarin het aanbod van alle Ad-opleidingen (zowel publiek bekostigd als privaat) over de tijd is geregistreerd.

⁵ Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs.

Enquête onder eerstejaars Ad-studenten

In juni 2019, juni 2020 en in augustus 2021 is onder eerstejaarsstudenten van zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen een enquête afgenomen. De vragenlijst voor studenten van publiek bekostigde en private Ad-opleidingen was nagenoeg gelijk.⁶ Om studenten van de publiek bekostigde Ad-opleidingen te bereiken, is samengewerkt met DUO en gebruikgemaakt van DUO-registergegevens. Daarbij is gehandeld conform de AVG-wetgeving. Op basis van de registergegevens is jaarlijks een representatieve steekproef getrokken⁷ en zijn studenten binnen de steekproef per briefpost uitgenodigd om deel te nemen aan de enquête. Studenten van privaat bekostigde Ad-opleidingen zijn bereikt door met instemming van de NRTO in contact te treden met private aanbieders van Ad-opleidingen. Een aantal van deze aanbieders heeft hun studenten uitgenodigd voor deelname aan de enquête.⁸

Om deelname aan de enquête te stimuleren, zijn jaarlijks tien Bol.com cadeaubonnen ter waarde van € 25 verloot onder de deelnemers. Van de uitgenodigde eerstejaarsstudenten die ingeschreven stonden bij een publiek bekostigde Ad-opleiding, heeft 12 procent (n=570) in 2019 de enquête ingevuld, 13 procent (n=648) in 2020 en 8 procent in 2021 (n=399).⁹ Voor studenten van private Ad-opleidingen is het responspercentage 14 procent (n=184) in 2019, 15 procent (n=169) in 2020 en 16 procent (n=104) in 2021.

De enquêteresultaten van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn gewogen naar geslacht, leeftijd, migratieachtergrond en domein van de opleiding, zodat deze een zo representatief mogelijk beeld geven van de populatie per cohort. Tabel 1.2 toont de aandelen in de populatie en respons die leiden tot de gehanteerde weegfactoren. De resultaten van de enquête onder studenten van private Ad-opleidingen zijn gewogen naar deelnemende aanbieder. De wijze waarop de wegingsfactor tot stand is gekomen voor de studenten van private Ad-opleidingen, is vanwege het bedrijfsgevoelige karakter van de informatie niet gepresenteerd in dit rapport.

Tabel 1.2 Kenmerken waarvoor is gecorrigeerd bij studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen

Kenmerken	Cohort 2018-2019		Cohort 2019-2020		Cohort 2020-2021	
	Populatie	Respons	Populatie	Respons	Populatie	Respons
Geslacht						
Man	50%	40%	50%	44%	51%	41%
Vrouw	50%	60%	50%	56%	49%	59%
Leeftijd bij de start van de opleiding						
< 20 jaar	16%	21%	17%	23%	18%	22%
20-24 jaar	53%	47%	40%	35%	52%	46%
25-29 jaar	14%	11%	24%	21%	13%	15%
30 jaar of ouder	17%	21%	19%	21%	17%	17%
Migratieachtergrond						
Geen	76%	87%	77%*	*	78%	87%
Westers	6%	5%	6%*	*	6%	4%

⁶ Een complete vragenlijst is opgenomen in Bijlage C. Aangezien de vragenlijsten over jaren en tussen typen instellingen nagenoeg gelijk zijn, is hier uitsluitend de vragenlijst voor studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen van 2021 opgenomen.

⁷ In alle drie jaren was de steekproefgrootte 5.000.

⁸ In 2019 hebben vijf private aanbieders meegedaan met de studentenenquête, in 2020 en 2021 acht private aanbieders.

⁹ 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.

Niet-westers	18%	8%	17%*	*	16%	9%
Opleidingsdomein						
Economie	52%	44%	52%	48%	49%*	47%
Gedrag en Maatschappij	17%	22%	18%	18%	18%*	20%
Techniek	15%	16%	17%	18%	20%*	19%
Overig	16%	18%	13%	16%	13%*	14%

*Kenmerk is niet meegenomen in de weging

Bron: DUO-registratiedata en studentenenquêtes Ad-monitor, SEO Economisch Onderzoek (2022)

Enquête onder Ad-alumni

In oktober 2021 en april 2022 zijn afgestudeerden van zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen benaderd om een enquête in te vullen. In oktober 2021 zijn alumni benaderd die hun diploma in de periode september 2018 tot en met augustus 2020 hebben behaald. In april 2022 zijn alumni benaderd die in studiejaar 2020-2021 hun diploma hebben behaald. De enquête voor alumni van publiek bekostigde en private Ad-opleidingen was nagenoeg gelijk.¹⁰ De werkwijze van de alumni-enquêtes is vergelijkbaar met die van de studentenenquêtes. Om alumni van de publiek bekostigde Ad-opleidingen te bereiken, is samengewerkt met DUO en gebruikgemaakt van DUO-registergegevens. Daarbij is gehandeld conform de AVG-wetgeving. Op basis van de registergegevens is jaarlijks een representatieve steekproef getrokken¹¹ van alumni en zijn alumni binnen de steekproef per briefpost uitgenodigd om deel te nemen aan de enquête. Alumni van privaat bekostigde Ad-opleidingen zijn bereikt door met instemming van de NRTO in contact te treden met private aanbieders van Ad-opleidingen. Een aantal van deze aanbieders heeft hun alumni uitgenodigd voor deelname aan de enquête.¹²

Om deelname aan de enquête te stimuleren, zijn jaarlijks tien Bol.com cadeaubonnen ter waarde van € 25 verloot onder de deelnemers. Van de uitgenodigde alumni die een publiek bekostigde Ad-opleiding volgen, heeft 8 procent (n=174) van de alumni van afstudeerjaar 2018-2019 de enquête ingevuld, 11 procent (n=327) van de alumni van afstudeerjaar 2019-2020 en 16 procent van de alumni van afstudeerjaar 2020-2021 (n=359). Voor alumni van private Ad-opleidingen is het responspercentage in beide jaren 30 procent (n=92 voor afstudeerjaren 2018-2019 en 2019-2020 samen en n=24 voor afstudeerjaar 2020-2021).

Alle enquêteresultaten van de alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn gewogen naar opleidingsvorm en sector van de opleiding, zodat deze een zo representatief mogelijk beeld geven van de populatie per studiejaar. Tabel 1.3 toont de aandelen in de populatie en steekproef die leiden tot de gehanteerde weegfactoren. De respons van de enquête onder alumni van private Ad-opleidingen is gewogen naar instelling. De wijze waarop tot de wegingsfactor is gekomen bij de alumni van private Ad-opleidingen, is vanwege het bedrijfsgevoelige karakter van de informatie niet gepresenteerd in dit rapport.

¹⁰ Een complete vragenlijst is opgenomen in Bijlage D. Aangezien de vragenlijsten over jaren en tussen type instellingen nagenoeg gelijk zijn, is hier uitsluitend de vragenlijst voor alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen van 2021 opgenomen.

¹¹ In 2021 was de steekproefgrootte 5.400 (voor twee afstudeerjaren) en in 2022 2.200.

¹² In 2021 hebben acht private aanbieders meegedaan met de alumni-enquête, in 2022 drie private aanbieders.

Tabel 1.3 Kenmerken waarvoor is gecorrigeerd bij alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen

Kenmerken	Afstudeerjaar 2018-2019		Afstudeerjaar 2019-2020		Afstudeerjaar 2020-2021	
	Populatie	Respons	Populatie	Respons	Populatie	Respons
Opleidingsvorm						
Voltijd	50%	41%	54%	45%	53%	46%
Deeltijd	41%	51%	37%	47%	39%	48%
Duaal	9%	8%	9%	8%	8%	6%
Opleidingsdomein						
Economie	54%	43%	51%	45%	53%	42%
Gedrag en Maatschappij	16%	21%	19%	26%	19%	32%
Gezondheidszorg	6%	10%	7%	7%	5%	6%
Landbouw	4%	7%	3%	2%	3%	3%
Onderwijs	4%	5%	3%	5%	3%	3%
Taal en cultuur	2%	2%	2%	1%	2%	1%
Techniek	14%	12%	15%	14%	15%	14%

Bron: DUO-registratiedata en alumni-enquêtes Ad-monitor, SEO Economisch Onderzoek (2022)

CBS Microdata

Via de CBS Microdata is het mogelijk om op persoonsniveau onderwijsregistraties in te zien en te koppelen aan allerlei andere databronnen, bijvoorbeeld aan de Basisregistratie Personen (BRP, voorheen GBA) en de polisadministratie van het UWV. Daarmee is onder meer de arbeidsmarktpositie na afstuderen in kaart gebracht indien een Ad-student niet direct doorstudeert¹³. Er is bepaald of een Ad-er na afstuderen een betaalde baan heeft, wat het bruto maand- en uurloon is van de hoofdbaan¹⁴ en de contractsoort¹⁵ van de hoofdbaan.

De arbeidsmarktpositie is bepaald in december van het jaar na afstuderen. Als voorbeeld: voor iemand die in juni 2018 is afgestudeerd, is de arbeidsmarktpositie vastgesteld in december 2019. Alleen van afgestudeerden van studiejaar 2020-2021 is het niet mogelijk om de arbeidsmarktpositie in kaart te brengen, omdat deze te recent zijn afgestudeerd. Waar mogelijk is een uitsplitsing gemaakt naar opleidingsvorm (voltijd, deeltijd, duaal) en/of opleiding. Uitsplitsingen met minder dan tien waarnemingen zijn niet weergegeven vanwege de exportrestricties van het CBS.

Interviews

In 2018 zijn negen telefonische interviews gehouden met vijf opleidingsmanagers van Ad-opleidingen, één opleidingsmanager van een mbo-opleiding en drie contacten van Ad-opleidingen in het werkveld. De gesprekken gingen over de samenwerkingen tussen Ad-opleidingen, met mbo-instellingen, met hbo-instellingen en met het werkveld bij het vormgeven van Ad-opleidingen. Er is ingezoomd op (groepen van) Ad-opleidingen bij vijf verschillende aanbieders: 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

¹³ Vastgesteld is of een Ad-student op 1 oktober van het afstudeerjaar ingeschreven stond bij een bekostigde opleiding.

¹⁴ Dit is de baan waar de meeste uren gewerkt worden.

¹⁵ Onderscheiden naar vast dienstverband, tijdelijk dienstverband en oproep-/uitzendkracht.

met de vertegenwoordigers van enkele Ad-opleidingen bleek dat er (nog) geen sprake was van samenwerking (bijvoorbeeld met een mbo-instelling).

De aanvullende interviews die in 2020 zouden plaatsvinden, hebben vanwege de coronapandemie plaatsgevonden in de eerste helft van 2022. Er zijn online interviews gehouden met tien opleidingsmanagers of docenten van Ad-opleidingen bij acht verschillende aanbieders: vier economische Ad-opleidingen, drie technische Ad-opleidingen, één Ad-opleiding in de gezondheidszorg, één Ad-opleiding in het domein gedrag en maatschappij en één Ad-opleiding in het onderwijs. Deze gesprekken gingen over de samenwerking met mbo-instellingen, hbo-bacheloropleidingen, het werkveld en de ontwikkeling van deze samenwerkingen in de afgelopen jaren. Bijlage A bevat een overzicht van de geïnterviewde aanbieders/opleidingen.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 beschrijft verschillende ontwikkelingen over de tijd: ontwikkelingen in het aanbod van de Ad-opleidingen, in de instroom in Ad-opleidingen, in het aantal afgestudeerden en in studieuitval. Ook komen verschillende samenwerkingen in het kader van de Ad aan bod in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 3 beschrijft de ervaringen van Ad-studenten, waaronder hun studiekeuzemotieven en hun tevredenheid met de opleiding. In hoofdstuk 4 staat de situatie na afronding van de Ad-opleiding centraal, waarin onderscheid is gemaakt tussen doorstudeerders en werkenden.

Onderstaande tabel geeft een schematisch overzicht van de vindplaats in het rapport van de antwoorden op de verschillende onderzoeksvragen.

Tabel 1.4 Vindplaats in het rapport van de beantwoording van de onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	Onderwerp	Vindplaats
1a	Aanbod	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.1
1b+1c	Samenwerking	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.5
2a + 2e	Vraag	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.2 en 2.3
2b	Studiekeuzemotieven	Hoofdstuk 3, paragraaf 3.1
2c + 2d	Doorstroom naar de hbo-bachelor	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.5; Hoofdstuk 4, paragraaf 4.1
2f	Studenttevredenheid	Hoofdstuk 3, paragraaf 3.2
2g	Uitval	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.4
3a+3b	Stages	Hoofdstuk 2, paragraaf 2.5; Hoofdstuk 3, paragraaf 3.3
3c+ 3d	Ad-ers op de arbeidsmarkt	Hoofdstuk 4, paragraaf 4.2

2 Ontwikkelingen in vraag en aanbod

Het aanbod van verschillende Ad-opleidingen is tussen 2018 en 2021 verder gegroeid. Ook de vraag is toegenomen, blijkend uit een toegenomen instroom. De doelgroep is echter onveranderd.

De Associate degree heeft zich sinds de start van de pilots in 2006 succesvol gevestigd in het Nederlandse hoger onderwijs, gebaseerd op onder andere het toegenomen aanbod en de instroom. Dit hoofdstuk gaat in op de ontwikkelingen in het aanbod van en de vraag naar Ad-opleidingen na de invoering van de Wet invoering Ad-opleidingen per 1 januari 2018. Daarvoor zijn verschillende bronnen geraadpleegd: DUO-registratiegegevens, CBS Microdata, enquêtes onder studenten van Ad-opleidingen en interviews met opleidingsmanagers van Ad-opleidingen en partijen die betrokken zijn bij het ontwikkelen van nieuwe Ad-opleidingen (mbo- en hbo-instellingen en het afnemende werkveld).

2.1 Ontwikkeling in het aanbod van Ad-opleidingen

Het aanbod¹⁶ aan Ad-opleidingen is op verschillende manieren in beeld gebracht, wat leidt tot verschillende inzichten. Allereerst is gekeken naar het *totale* aanbod, waarbij elke keuzemogelijkheid voor een potentiële Ad-student afzonderlijk is meegeteld. Dat wil zeggen: de keuze uit een Ad-opleiding (opleidingscode), de keuze uit een aanbieder (instelling) en de keuze uit een opleidingsvorm (voltijd, deeltijd of duaal). Een Ad-opleiding die bij een aanbieder in drie opleidingsvormen wordt aangeboden, wordt in dit geval als drie keuzemogelijkheden geteld. Op basis van deze manier van tellen is het aanbod van Ad-opleidingen tussen studiejaar 2006-2007 en 2013-2014 gestaag gestegen van 14 naar 249 door een toenemend aanbod bij publiek bekostigde onderwijsinstellingen (zie Figuur 2.1, onderdeel A). Vanaf studiejaar 2013-2014 kwamen er substantiële aantallen private Ad-opleidingen bij (ruim 50). Tussen de studie jaren 2013-2014 en 2015-2016 bleef het totale aantal Ad-opleidingen stabiel, omdat het in die periode niet mogelijk was om nieuwe Ad-programma's te starten. Vanaf studiejaar 2016-2017 was dit wel weer mogelijk en is er weer sprake van een stijging in het aanbod. Sinds de invoering van de Wet invoering Ad-opleidingen per 1 januari 2018 is het totaal aantal Ad-opleidingen nog verder gestegen: jaarlijks ruim 20 Ad-opleidingen erbij, waarvan het merendeel bij publiek bekostigde aanbieders. In 2020-2021 hadden studenten de keuze uit 325 Ad-opleidingen, in 2018-2019 waren dat er 280. Een groei van 16 procent.

Ten tweede is gekeken naar het aantal *unieke* Ad-opleidingen, waarbij alleen de keuzemogelijkheid voor een Ad-opleiding en een opleidingsvorm zijn meegeteld. De keuze voor een aanbieder wordt hierbij dus buiten beschouwing gelaten. Deze manier van tellen maakt inzichtelijk dat het aanbod van Ad-opleidingen in de periode 2006-2007 tot en met 2013-2014 is gestegen van 13 naar 189 (zie Figuur 2.1, onderdeel B). Daarna bleef het aanbod tot en met 2017-2018 ongeveer constant door de beperking op het aanvragen van nieuwe Ad-programma's. Vanaf 2018-2019 zijn er weer meer Ad-opleidingen bijgekomen, respectievelijk 10, 13 en 16 in 2018-2019, 2019-2020 en 2020-2021. Een jaarlijks gemiddelde stijging van 6 procent.

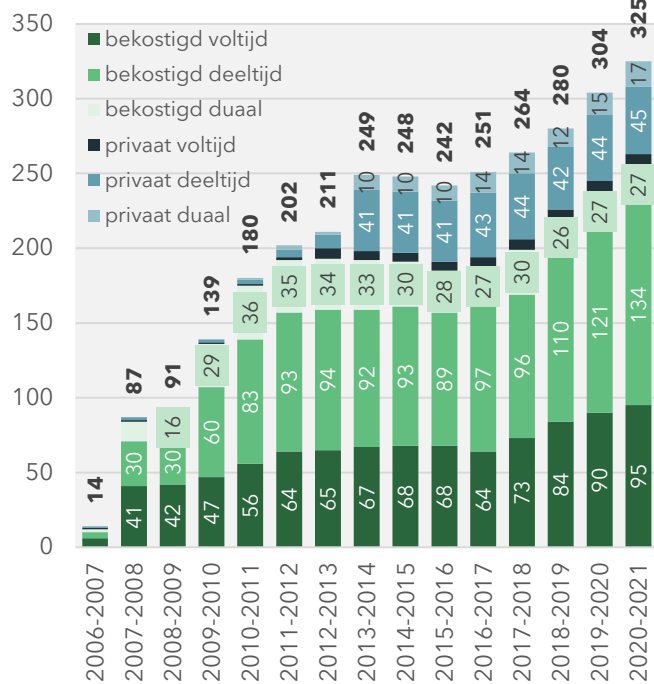
Ten slotte is gekeken naar het aantal *unieke* Ad-opleidingen, zonder daarbij rekening te houden met de keuze in opleidingsvorm. Deze manier van tellen laat wederom zien dat de sterkste groei in het aanbod heeft plaatsgevonden in de periode 2007-2008 tot 2013-2014. Daarna is het aanbod bij private aanbieders nagenoeg constant en dat bij publiek bekostigde aanbieders licht stijgend. Ook laat deze manier van tellen duidelijk zien dat het aanbod

¹⁶ Hierbij is sec gekeken naar registraties in CROHO, los van het feit of een Ad-opleiding ook ingeschreven studenten heeft.

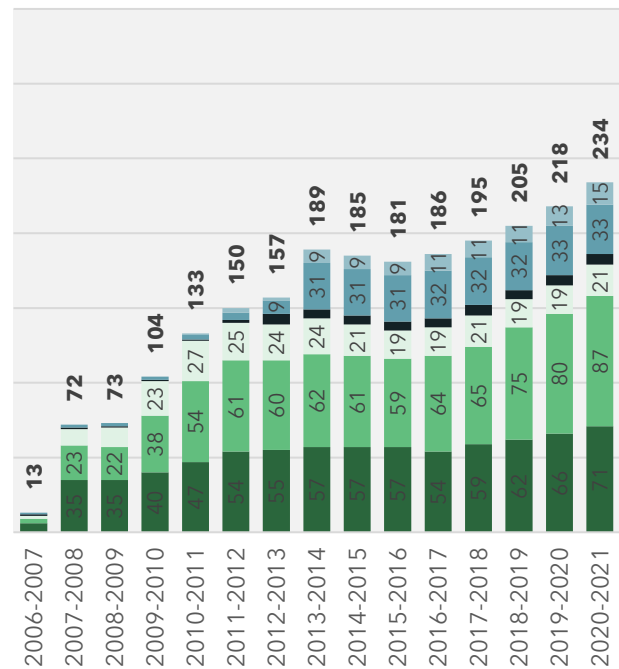
bij publiek bekostigde aanbieders meer divers is dan bij private aanbieders. Bij private aanbieders is er keuze tussen circa 40 Ad-opleidingen, bij publiek bekostigde aanbieders is dit ongeveer drie maal zo groot.

Figuur 2.1 Het aantal Ad-opleidingen stijgt door

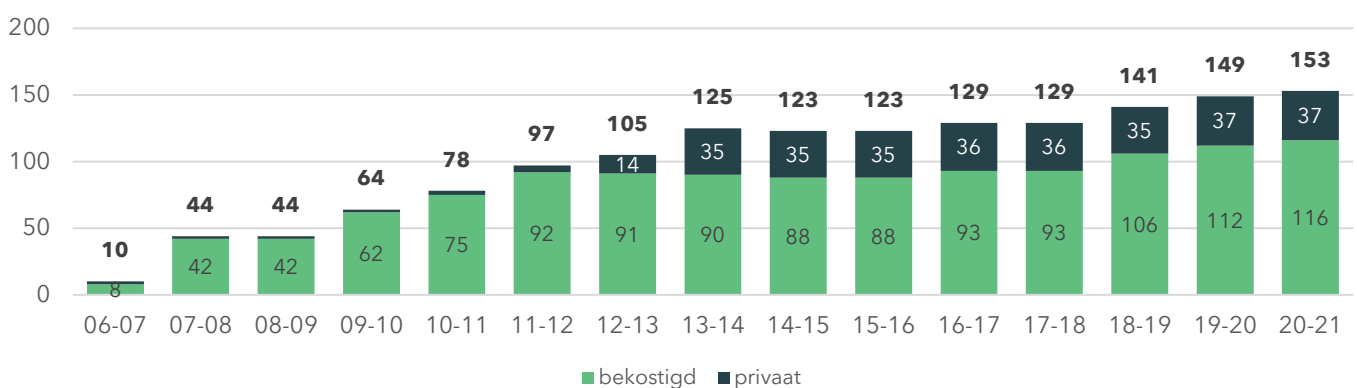
A. Totaal aantal opleidingen (opleiding x instelling x opleidingsvorm)



B. Totaal aantal unieke opleidingen (opleiding*opleidingsvorm)



C. Totaal aantal unieke opleidingen (opleiding)



Bron: CROHO, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

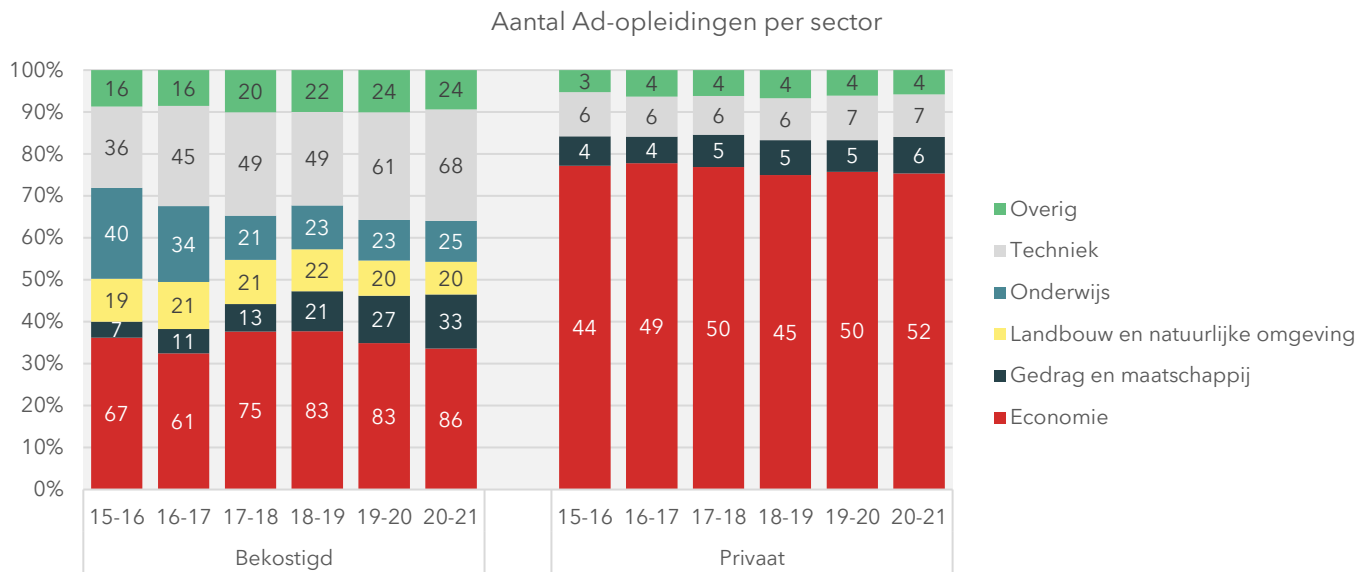
Naast de ontwikkeling in het aantal Ad-opleidingen is ook de ontwikkeling in het type Ad-opleidingen dat wordt aangeboden in kaart gebracht (Figuur 2.2¹⁷). Daarbij is onderscheid te maken tussen zes sectoren: economie, gedrag en maatschappij, landbouw en natuurlijke omgeving, onderwijs, techniek en overig¹⁸. De ontwikkeling van het type aanbod bevestigt dat publiek bekostigde aanbieders een meer gevarieerd aanbod hebben dan private aanbieders. Bij private aanbieders betreft driekwart van de Ad-opleidingen een economische opleiding. Het type

¹⁷ Gebaseerd op het totale aanbod van Ad-opleidingen, conform Figuur 2.1, onderdeel A.

¹⁸ Hierin zitten de sectoren gezondheidszorg en taal en cultuur. Deze zijn samengenomen omdat het relatieve aandeel klein is.

aanbod bij private aanbieders is sinds 2015-2016 ook nauwelijks veranderd. Bij publiek bekostigde aanbieders bestaat het aanbod vooral uit economische en technische Ad-opleidingen. Tot 2018-2019 zijn wat verschuivingen te zien in het aanbod, waarin vooral opvalt dat het aantal Ad-opleidingen op het gebied van onderwijs is afgenomen. Ook relatief gezien is het aandeel van de sector onderwijs gedaald. Het aantal opleidingen in de sectoren techniek en gedrag en maatschappij is juist gestegen.

Figuur 2.2 Het aandeel Ad-opleidingen binnen de sector onderwijs is gedaald binnen het publiek bekostigde aanbod



Bron: CROHO, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

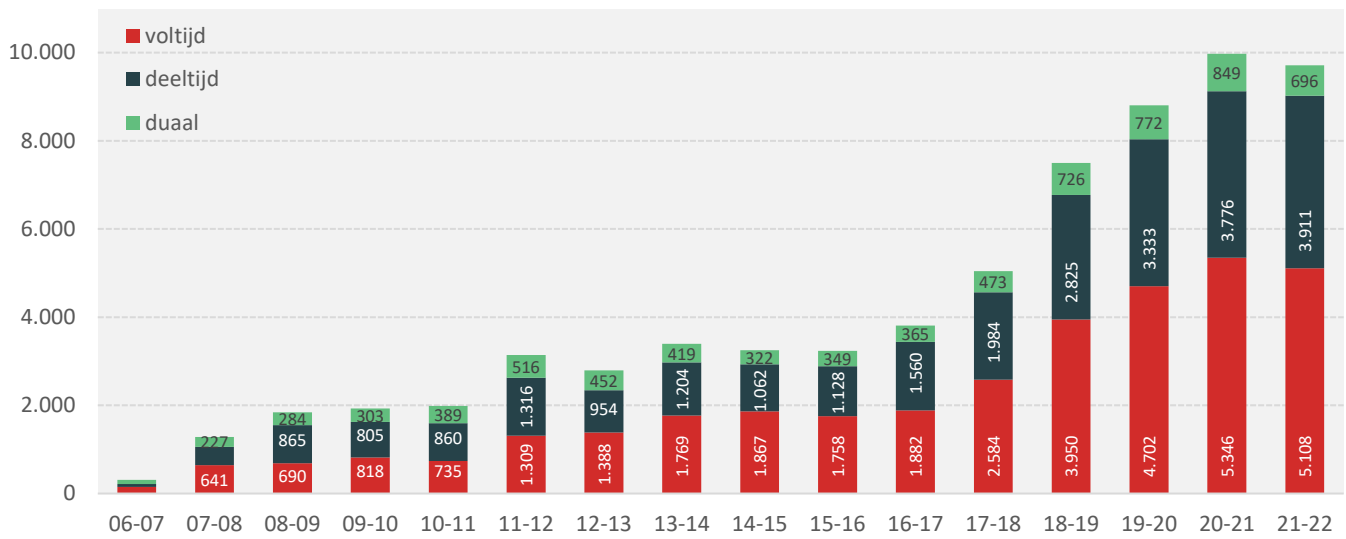
2.2 Ontwikkeling van de instroom

De instroom bij publiek bekostigde Ad-opleidingen neemt sinds een aantal jaar sterk toe (Figuur 2.3). Tussen 2014-2015 en 2018-2019 steeg het aantal eerstejaars Ad-studenten met meer dan 100 procent van 3.251 naar 7.501. Na de Wet invoering Associate degree-opleiding (per 1 januari 2018) is de instroom verder toegenomen. In 2019-2020 bedroeg het aantal eerstejaarsstudenten 8.807 en in 2020-2021 9.971, een jaarlijkse gemiddelde groei van circa 15 procent. Deze groei is vooral het gevolg van relatief meer voltijd en deeltijd Ad-studenten. In 2021-2022 is een lichte daling te zien in de instroom ten opzichte van een jaar eerder (-3 procent). De daling is relatief het grootst bij duale Ad-studenten (-18 procent).

Uit niet-gepubliceerde gegevens van DUO (afkomstig uit BRON-HO) blijkt dat in de afgelopen drie studie jaren (2019-2020, 2020-2021, 2021-2022) jaarlijks circa 1.500 Ad-studenten op 1 oktober stonden ingeschreven bij 14 verschillende private aanbieders. Het gaat daarbij om inschrijvingen bij circa 40 verschillende Ad-opleidingen. Uit deze cijfers blijkt geen overduidelijke ontwikkeling in de inschrijvingen. Een belangrijke kanttekening is dat deze aantallen vermoedelijk onderschat zijn, omdat private aanbieders niet wettelijk verplicht zijn om studentgegevens met DUO te delen. Aannemelijk is wel dat het aantal inschrijvingen bij private aanbieders fors onder dat van publiek bekostigde Ad-opleidingen ligt.¹⁹

¹⁹ Het totaal aantal inschrijvingen bij private aanbieders van Ad-opleidingen was volgens DUO circa 15 duizend in 2019-2020 en circa 19 duizend in 2020-2021.

Figuur 2.3 De instroom bij publiek bekostigde Ad-opleidingen groeit door



Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

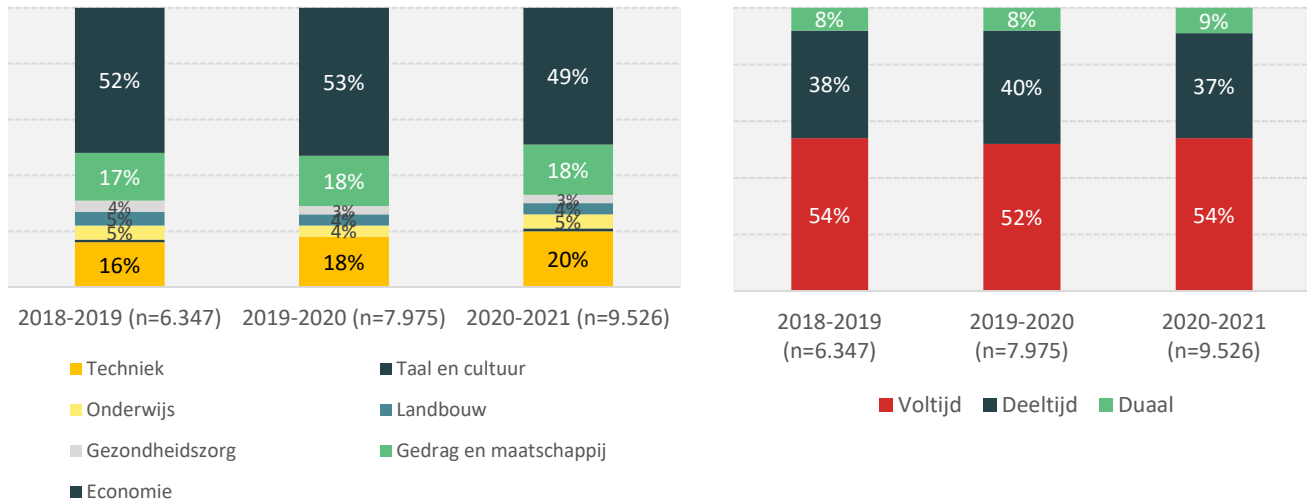
Figuur 2.4 toont dat de keuze van eerstejaars Ad-studenten over sectoren tussen 2018-2019 en 2020-2021 nauwelijks is veranderd (onderdeel A). Ongeveer de helft van de eerstejaarsstudenten van een publiek bekostigde Ad-opleiding kiest voor een economische opleiding. Ongeveer 20 procent kiest voor een technische Ad-opleiding en ook 20 procent voor een opleiding binnen de sector Gedrag en Maatschappij. De overige 10-15 procent is in ongeveer gelijke mate verdeeld over de overige sectoren (Onderwijs, Landbouw en Gezondheidszorg). Relatief weinig eerstejaars Ad-studenten kiezen voor een opleiding in de sector Taal en Cultuur.

Ruim de helft van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen volgt een voltijdopleiding (Figuur 2.4, onderdeel B). Ongeveer 40 procent en 10 procent volgen respectievelijk een deeltijd- en duale opleiding. Deze verhouding is nagenoeg constant tussen de drie bestudeerde instroomcohorten bij bekostigde instellingen.

Figuur 2.4 Ongeveer de helft van de eerstejaars Ad-studenten volgt een economische studie

A. Eerstejaars inschrijvingen bij publiek bekostigde Ad-opleidingen naar sector

B. Eerstejaars inschrijvingen bij publiek bekostigde Ad-opleidingen naar opleidingsvorm



Bron: DUO-registratiegegevens, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

De top 10 van meest gekozen Ad-opleidingen is redelijk constant over tijd, al zijn er wel enkele verschuivingen zichtbaar (zie Tabel 2.1). In studiejaar 2018-2019 werd de Ad Ondernemerschap & Retail Management²⁰ het meest gekozen, met een aandeel van 6,1 procent van de totale instroom in dat jaar (n=391). Deze opleiding is in de twee jaren daarna iets gedaald in aandeel en neemt sindsdien plek nummer 2 in op de lijst van 10 meest gekozen Ad-opleidingen. Maar in absolute aantallen is deze Ad-opleiding nog steeds groeiende (2019-2020: 436; 2020-2021: 550). De nieuwe meest gekozen opleiding sinds studiejaar 2019-2020 is de Ad Pedagogisch Educatief Professional. Deze opleiding had in studiejaar 2018-2019 een aandeel van 2,8 procent van de instroom (n=181) en is gegroeid tot ruim 6 procent in de twee jaren daarna (2019-2020: n=515; 2020-2021: n=595). Een andere Ad-opleiding die een sterke groei heeft doorgemaakt is de Ad Sociaal Werk in de Zorg. De groei van beide opleidingen hangt mogelijk samen met de grote tekorten op de arbeidsmarkt in het onderwijs en in de zorg.

²⁰ De oude benaming van deze Ad-opleiding is Ad Small Business en Retail Management.

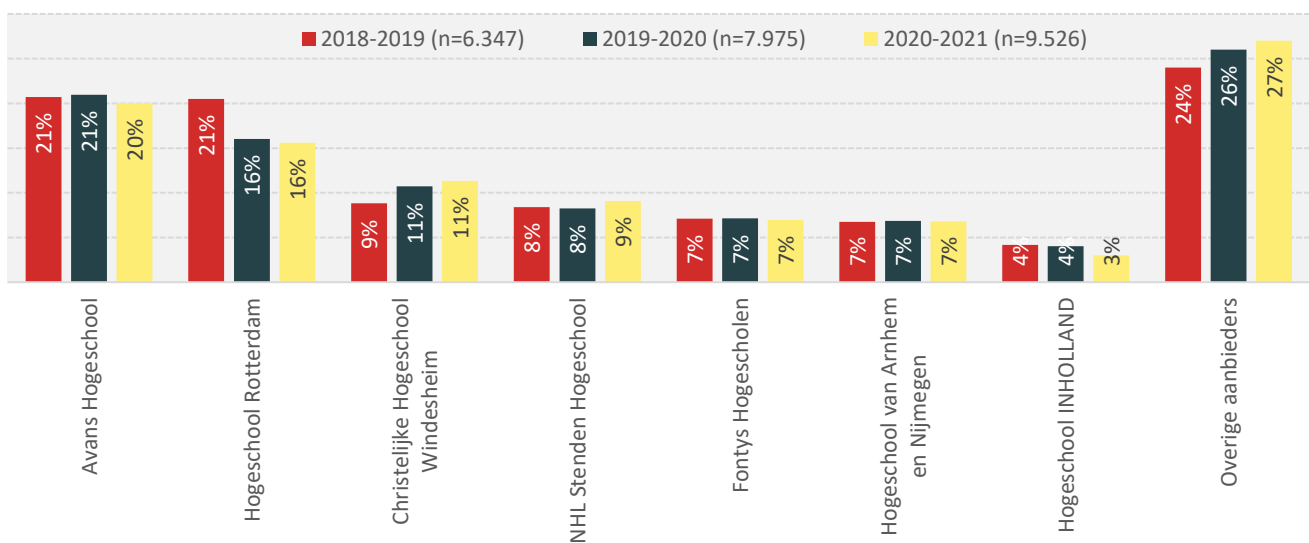
Tabel 2.1 De Ad Pedagogisch Educatief Medewerker en Ad Sociaal Werk in de Zorg zijn flink gestegen in de top 10 van meest gekozen Ad-opleidingen bij publiek bekostigde aanbieders

	Cohort 2018-2019 (n=6.347)	Cohort 2019-2020 (n=7.975)	Cohort 2020-2021 (n=9.526)
1	Ad Ondernemerschap & Retail Management (6,1%)	Ad Pedagogisch Educatief Professional (6,5%)	Ad Pedagogisch Educatief Professional (6,2%)
2	Ad Bedrijfskunde (5,6%)	Ad Ondernemerschap & Retail Management (5,5%)	Ad Ondernemerschap & Retail Management (5,8%)
3	Ad Officemanagement (5,0%)	Ad Sociaal Werk in de Zorg (4,9%)	Ad Sociaal Werk in de Zorg (4,6%)
4	Ad Ondernemen (4,6%)	Ad Bedrijfskunde (4,5%)	Ad Management (4,2%)
5	Ad Crossmediale Communicatie (4,5%)	Ad Ondernemen (4,2%)	Ad Bedrijfskunde (4,0%)
6	Ad Human Resource Management (4,2%)	Ad Human Resource Management (3,7%)	Ad Ondernemen (3,7%)
7	Ad Accountancy (4,1%)	Ad Crossmediale Communicatie (3,6%)	Ad Crossmediale Communicatie (3,6%)
8	Ad Management in de Zorg (3,4%)	Ad Management (3,6%)	Ad Human Resource Management (3,0%)
9	Ad Sociaal Werk in de Zorg (3,2%)	Ad Accountancy (3,3)	Ad Management in de Zorg (2,9%)
10	Ad Pedagogisch Educatief Medewerker (2,8%)	Ad Management in de Zorg (3,0%)	Ad Logistiek Management (2,5%)

Bron: DUO-registratiegegevens, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Ook het marktaandeel van publiek bekostigde aanbieders laat geen grote ontwikkelingen over de tijd zien (Figuur 2.5). Zes aanbieders zijn dominant, namelijk Avans Hogeschool, Hogeschool Rotterdam, Christelijke Hogeschool Windesheim, NHL Stenden Hogeschool, Fontys Hogescholen en Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. Samen bedienen zij circa driekwart van de totale instroom van Ad-studenten. Avans Hogeschool heeft het grootste marktaandeel, gevolgd door Hogeschool Rotterdam die na 2018-2019 iets heeft ingeleverd aan marktaandeel.

Figuur 2.5 De instroom concentreert zich bij zes bekostigde aanbieders



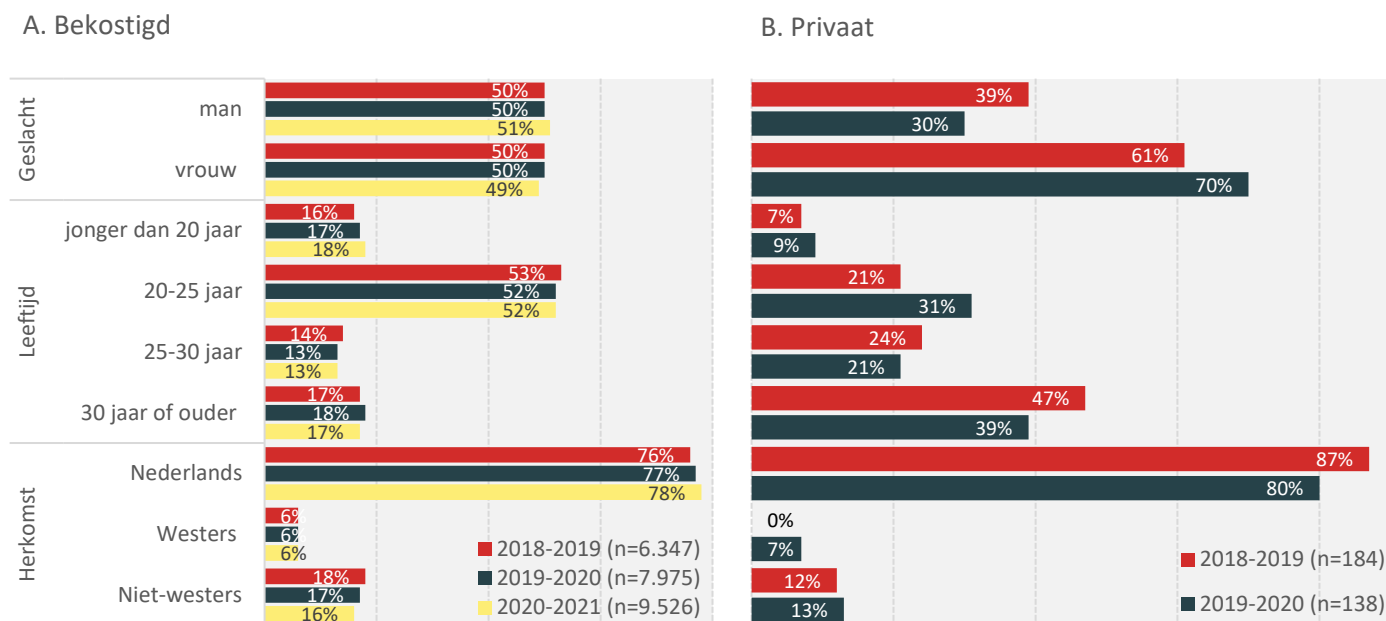
Bron: DUO-registratiegegevens, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Kenmerken van de instroompopulatie

Hieronder is een aantal kenmerken van Ad-studenten gepresenteerd van publiek bekostigde en private aanbieders. Een belangrijk verschil is dat de gegevens van de publiek bekostigde Ad-opleidingen kenmerken van alle eerstejaarsstudenten betreffen en dat de gegevens afkomstig zijn uit de registratiegegevens van DUO. Deze kenmerken zijn daarmee 100 procent representatief. Voor private Ad-opleidingen worden gegevens van studenten niet publiek vrijgegeven voor onderzoek. Voor de studenten van private Ad-opleidingen zijn de gegevens daarom afkomstig uit de enquêtes die zijn uitgezet voor deze monitor. Het is echter onbekend in hoeverre de kenmerken zoals opgehaald in de enquêtes, representatief zijn voor de hele populatie. Bij het trekken van conclusies over eventuele verschillen tussen beide groepen is dus enige voorzichtigheid geboden.

Figuur 2.6 toont een aantal demografische kenmerken van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen (onderdeel A) en voor studenten van private Ad-opleidingen (onderdeel B). De kenmerken van eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn nagenoeg constant over tijd. Ongeveer evenveel mannen als vrouwen kiezen voor een Ad-opleiding, ruim de helft is tussen 20 en 24 jaar en ruim driekwart is van Nederlandse afkomst. De kenmerken van studenten van private Ad-opleidingen zijn (op basis van de enquête) minder constant over de tijd. Meer vrouwen dan mannen lijken te kiezen voor een Ad-opleiding²¹, het zijn vooral 30-plussers en minstens 80 procent is van Nederlandse afkomst. Vooral het verschil in leeftijd tussen beide cohorten bij private Ad-opleidingen is opvallend. In 2018-2019 is 47 procent 30 jaar of ouder, in 2019-2020 39 procent. Mogelijk is dit het gevolg van verschillen in de steekproef en respons tussen de jaren.

Figuur 2.6 Geslacht, leeftijd en herkomst zijn nagenoeg constant over verschillende instroomcohorten bij publiek bekostigde Ad-opleidingen



Bron A: DUO-registratiegegevens, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2019-2022)

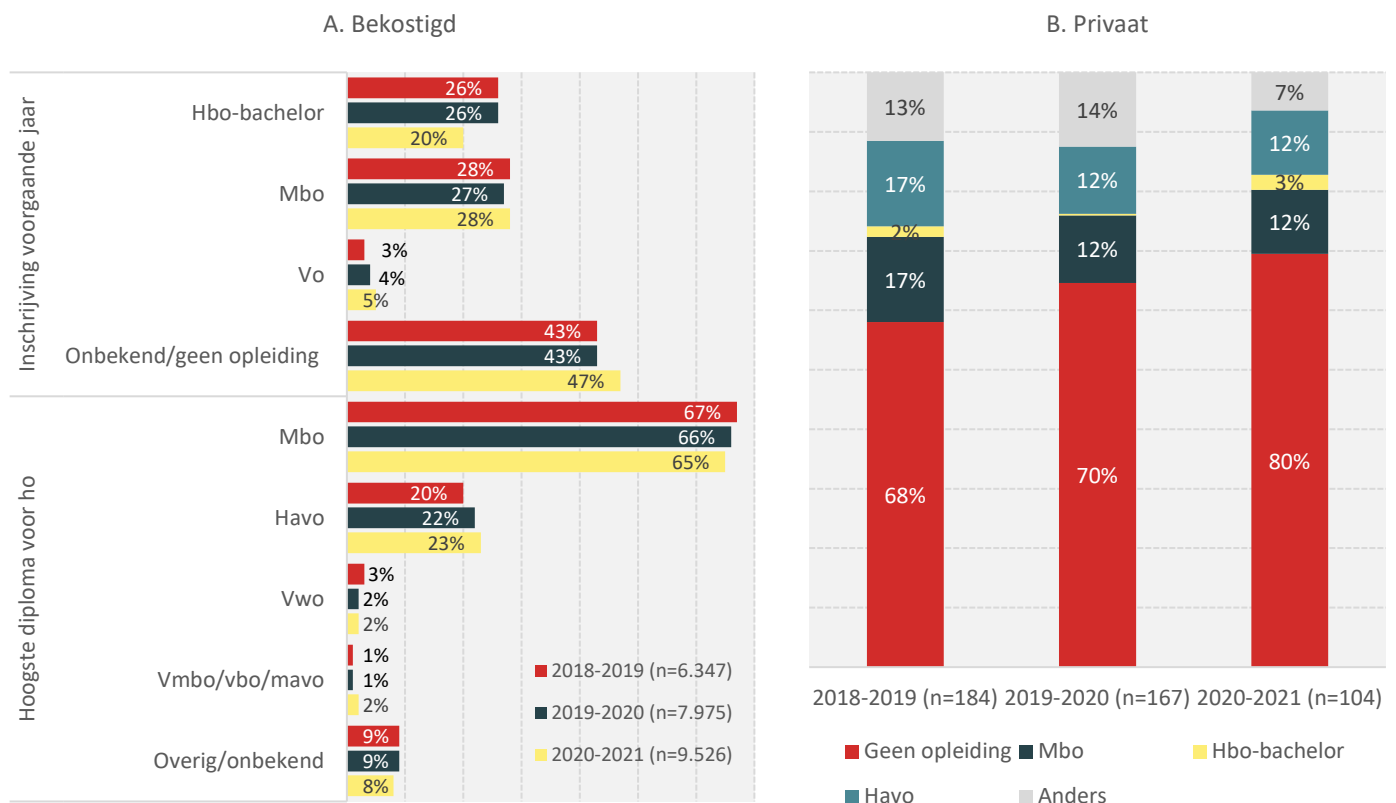
Bron B: Enquête onder studenten van private Ad-opleidingen, SEO Economisch Onderzoek (2019-2020). Cohort 2020-2021 ontbreekt, omdat deze vragen toen niet zijn gesteld.

²¹ Over het algemeen vullen vrouwen vaker enquêtes in dan mannen, waardoor dit kenmerk het minst representatief zal zijn voor de hele populatie.

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 (Figuur 2.7, onderdeel A). Ook ruim een kwart stond ingeschreven bij een mbo-opleiding. Bij iets minder dan de helft van de eerstejaars Ad-studenten was er dus geen sprake van een onderwijsinschrijving in het jaar voorafgaand aan de start van de Ad-opleiding. De figuur laat tevens zien dat voor twee derde van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen een mbo-diploma het hoogst behaalde diploma is. Een kwart van de instromers heeft alleen een diploma in het voortgezet onderwijs behaald. Deze kenmerken zijn nagenoeg constant over de verschillende bestudeerde instroomcohorten.

Op basis van de enquête is ook voor studenten van private Ad-opleidingen bekend of zij voorafgaand aan de start van hun Ad-opleiding een opleiding volgden (Figuur 2.7, onderdeel B). Dit blijkt per cohort nogal te verschillen. Voor cohort 2018-2019 is het aandeel dat een opleiding volgde 36 procent, voor cohort 2019-2020 24 procent en voor cohort 2020-2021 27 procent. Voor alle cohorten geldt wel dat van degenen die een opleiding volgden, ongeveer de ene helft dat deed op de havo en de andere helft op het mbo. Het aandeel dat een hbo-bacheloropleiding volgde is verwaarloosbaar. Wat het hoogst behaalde diploma is van studenten van private Ad-opleidingen is niet uitgevraagd in de enquête.

Figuur 2.7 Ruim 20 procent van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen volgde een jaar eerder een hbo-bacheloropleiding



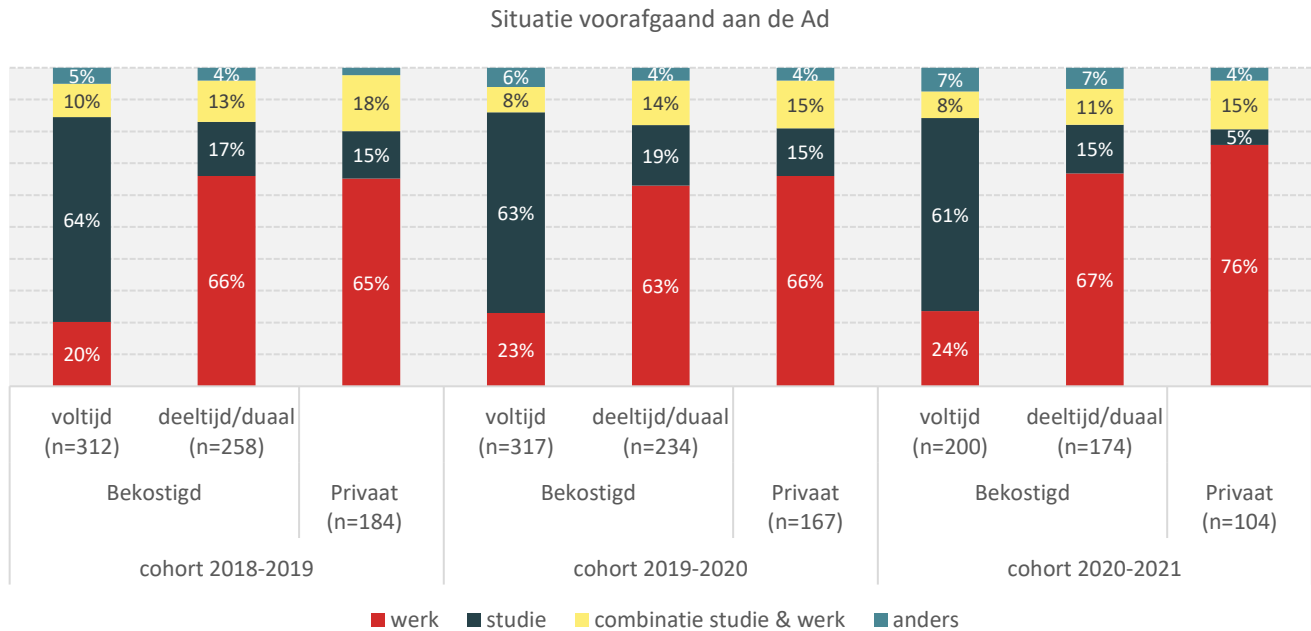
Bron A: DUO-registratiegegevens, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Bron B: Enquête onder studenten van private Ad-opleidingen, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

In aanvulling op de registratiedata, blijkt uit de gehouden enquêtes dat gemiddeld ruim 40 procent van de eerstejaarsstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen voorafgaand aan de opleiding werkte (Figuur 2.8). Dit blijkt vooral om deeltijd en duale studenten te gaan. Van hen werkte circa 65 procent voorafgaand aan de start met de

Ad. De deeltijd/duale studenten van publieke bekostigde Ad-opleiding lijken daarmee het meest op de studenten van private Ad-opleidingen.

Figuur 2.8 Circa 65 procent van de deeltijd en duale studenten werkte voorafgaand aan de Ad



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

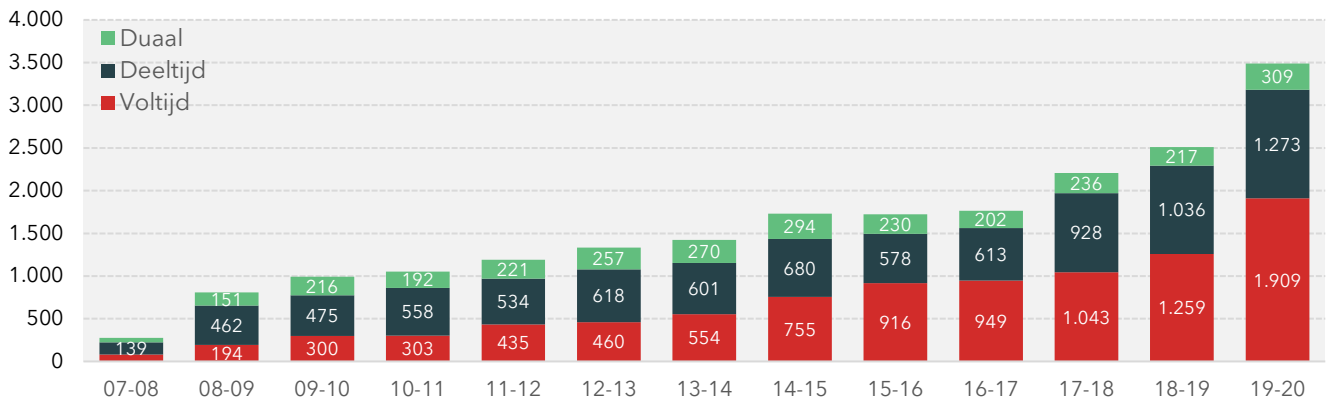
Vanwege het grote aandeel dat voorafgaand aan de opleiding uitsluitend werkt, kan worden geconcludeerd dat private Ad-opleidingen relatief meer studenten aantrekken zonder recente onderwijsinschrijving dan publiek bekostigde Ad-opleidingen. Het lijkt daarmee te gaan om een andere populatie studenten, dit mede getuige hun gemiddeld hogere leeftijd.

2.3 Ontwikkeling van het aantal afgestudeerden

Voor bekostigde Ad-opleidingen is ook vast te stellen hoe het aantal afgestudeerden zich heeft ontwikkeld sinds de start. Uit Figuur 2.9 blijkt dat het aantal afgestudeerden een behoorlijke ontwikkeling heeft doorgemaakt, van 276 in 2007-2008 naar 3.491 in 2019-2020. De groei bij voltijd Ad-opleidingen is het meest consistent, in die zin dat daar zonder uitzondering jaar op jaar een stijging van het aantal afgestudeerden in te zien is. De grootste stijging van het aantal afgestudeerden heeft plaatsgevonden in 2019-2020: voltijd +52 procent, deeltijd +23 procent en deeltijd +42 procent. Dit hangt samen met de sterke toename van de instroom een jaar eerder. Uit de figuur valt ook af te lezen dat het absolute aantal afgestudeerden bij deeltijd Ad-opleidingen tot en met 2013-2014 groter was dan het absolute aantal afgestudeerden bij voltijd ad-opleidingen. Vanaf 2014-2015 is het tijt gekeerd en zijn er meer afgestudeerden bij voltijd Ad-opleidingen dan bij deeltijd Ad-opleidingen.

Figuur 2.9 Het aantal afgestudeerden blijft groeien

Aantal afgestudeerden bij publiek bekostigde Ad-opleidingen

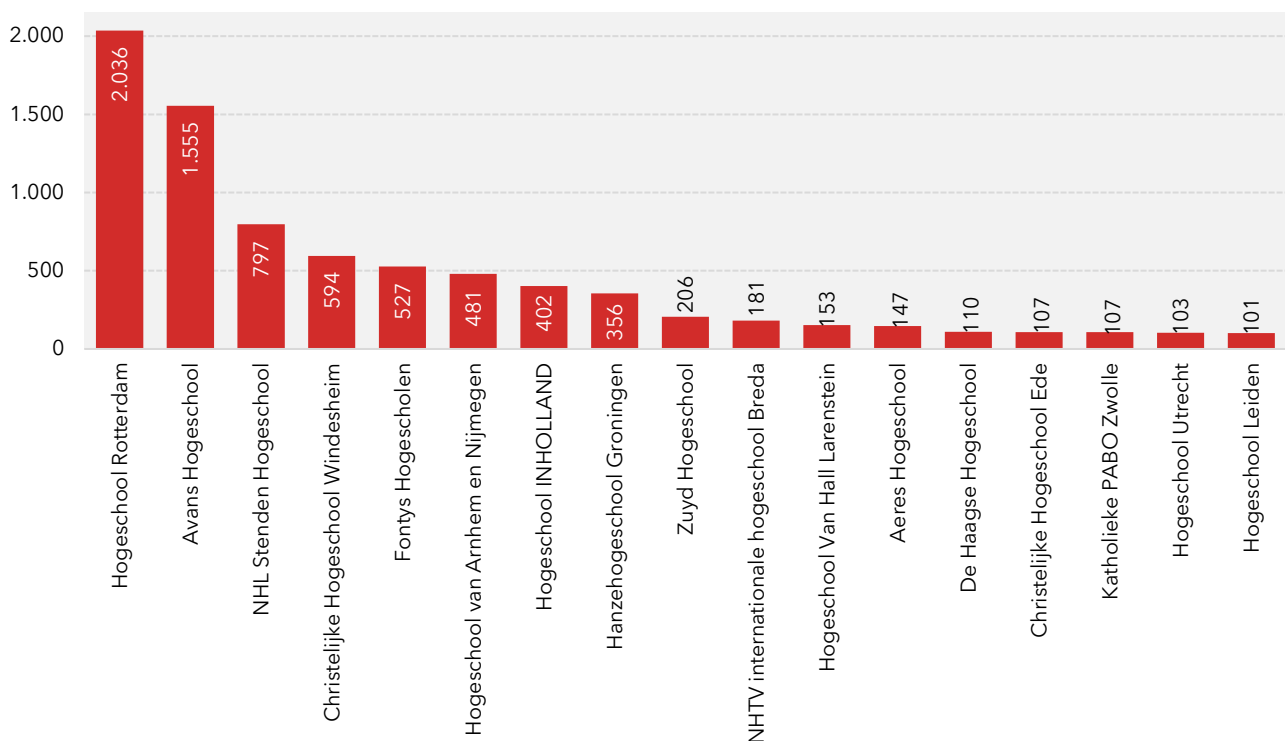


Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Conform het beeld bij de instroom, wordt ook het aantal afgestudeerden gedomineerd door twee aanbieders: Hogeschool Rotterdam en Avans Hogeschool. Van de ruim achtduizend Ad-afgestudeerden in 2017-2018 t/m 2019-2020, heeft een kwart een opleiding afgerond bij de Hogeschool Rotterdam en 19 procent bij Avans Hogeschool.

Figuur 2.10 Hogeschool Rotterdam heeft de meeste afgestudeerden afgeleverd

Gecumuleerd aantal afgestudeerden, cohorten 2017-2018 t/m 2019-2020*



*alleen aanbieders met minstens 100 afgestudeerden zijn getoond

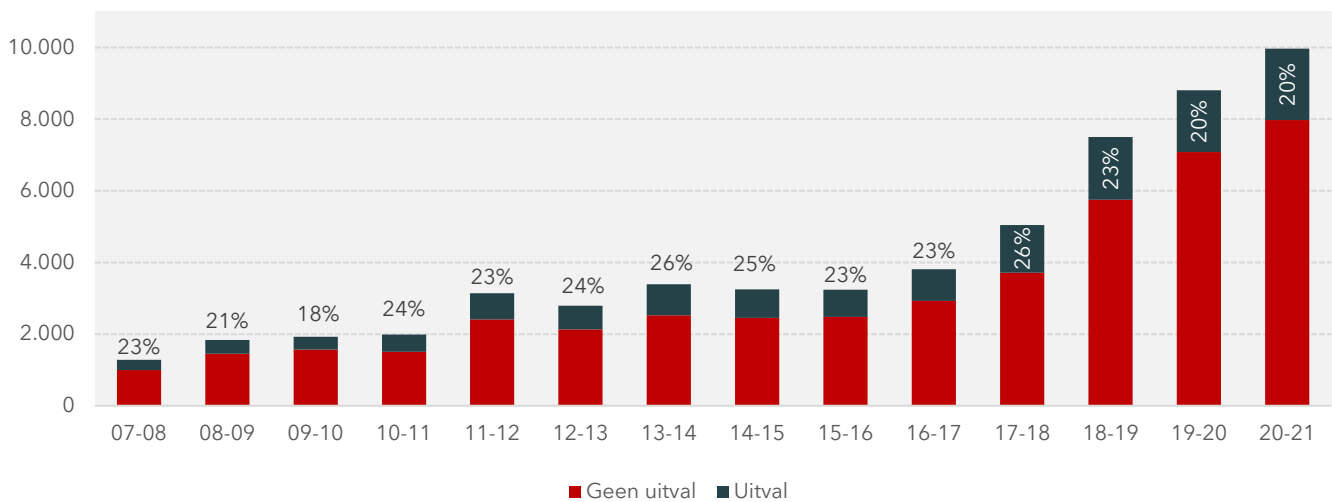
Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

2.4 Ontwikkeling van de uitval

De uitval uit de Ad-opleiding per studiejaar uitgedrukt als aandeel van de totale instroom is weergegeven in Figuur 2.11. Daaruit blijkt dat de uitval jaarlijks fluctueert tussen 20 en 30 procent van de instroom. Dat betekent dat gemiddeld 1 op de 4 studenten die op 1 oktober van een bepaald studiejaar staat ingeschreven bij een Ad-opleiding, een jaar later niet meer ingeschreven staat.

Figuur 2.11 De uitval uit de Ad-opleiding fluctueert tussen 20 en 30 procent

Uitval van de totale instroom per studiejaar bij publiek bekostigde aanbieders



Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Waarom Ad-studenten stoppen met hun opleiding is niet op grote schaal bekend. Wel heeft een zeer beperkte groep²² uitvallers de enquête ingevuld en laten weten wat hun beweegredenen zijn. Deze informatie is alleen beschikbaar voor uitvallers van bekostigde Ad-opleidingen, omdat de enquêtes door private aanbieders alleen verzonden zijn naar studenten die op dat moment actief deelnamen aan hun Ad-opleiding.

Ruim 40 procent van de uitvallers gaf als reden aan dat het niveau van de Ad-opleiding niet was wat ze ervan verwacht hadden en circa 30 procent vond dat de organisatie van de opleiding niet goed was, de inhoud van de opleiding tegenviel en/of de studielast te hoog was. Financiële redenen, het niet zien zitten om twee jaar te studeren of de voorkeur hebben voor een betaalde baan spelen minder vaak een rol.

²² De doelgroep van de enquête was studenten en die zullen ook eerder geneigd zijn geweest om de enquête in te vullen dan uitvallers.

Figuur 2.12 Het tegenvallende niveau van de Ad-opleiding is de voornaamste reden om te stoppen



Bron: Enquête onder eerstejaarsstudenten van Ad-opleidingen, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

2.5 Samenwerking in het kader van de Ad

In interviews met enkele aanbieders van publiek bekostigde Ad-opleidingen is gevraagd naar de samenwerking met mbo-instellingen, hbo-bacheloropleidingen en het bedrijfsleven. Ook is gesproken over de goede ontwikkelingen en de uitdagingen voor hun specifieke Ad-opleiding. Deze interviews zijn niet representatief voor het volledige aanbod van Ad-opleidingen, maar geven hooguit een indicatie van wat er speelt rondom Ad-opleidingen vanuit het perspectief van enkele aanbieders.

Box 2.1 Regels en mogelijkheden voor samenwerking rondom de Ad

De Ad moet een aantrekkelijke route zijn voor afgestudeerde mbo-studenten en werkkenden.²³ Door de Ad kan de toegankelijkheid van het hoger onderwijs en de doorstroom verbeterd worden.²⁴ Om dit te bevorderen zijn er verschillende regels en mogelijkheden voor een hoger onderwijsinstelling rondom samenwerking met het mbo, de hbo-bachelor en het werkveld.

Samenwerking met het mbo

De Ad heeft een sterke relatie met de beroepskolom, net als het mbo.²⁵ Bij de uitvoering van de Ad zijn er verschillende mogelijkheden tot samenwerking met het mbo. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om een deel, in

²³ Kamerstukken II 2016/17, 34678, nr. 3 (MvT Wet invoering Ad); Kamerstukken II 2016/17, 31524, nr. 312.

²⁴ Kamerstukken II 2017/18, 31288, nr. 621.

²⁵ Kamerstukken II 2020/21, 31524, nr. 478.

bijzondere gevallen meer dan de helft, van een Ad-opleiding door een bve-instelling te laten uitvoeren, met uitzondering van de afstudeerfase en het afsluitend examen (art. 7.8a WHW). Hiervoor moet een aanvraag worden ingediend bij het ministerie van OCW. De goedkeuring van de minister is vereist om de kwaliteit van het hoger onderwijs te waarborgen. In het verleden was er een specifieke pilot ingericht voor de Ad waarin het hbo en mbo gezamenlijk de opleiding verzorgden (pilot 4B).²⁶

De MBO Raad en de Vereniging Hogescholen zijn beide voorstander van samenwerking tussen hbo en mbo in het kader van de Ad. Kort na invoering van de nieuwe wet is een convenant gesloten tussen de MBO Raad en de Vereniging Hogescholen met de ambitie om gezamenlijk in te zetten op het vergroten van de bekendheid van de Ad en om nauwe en structurele samenwerking te stimuleren.²⁷ Deze ambitie is recent bekrachtigd met een statement van de MBO Raad en de Vereniging Hogescholen.²⁸ Omdat mbo-afgestudeerden een belangrijke doelgroep zijn van de Ad-opleiding, maakt afstemming met het mbo idealiter onderdeel uit van het proces om nieuwe Ad-opleidingen te ontwikkelen. Dit is echter niet verplicht.

Samenwerking met de hbo-bachelor

Bij het ontwikkelen van een Ad-opleiding moet een hbo-bacheloropleiding betrokken zijn. In de onderwijs- en examenregeling moet namelijk beschreven worden welke mogelijkheden er zijn voor een Ad-afgestudeerde om door te stromen naar een verwante bacheloropleiding (art. 7.13 lid 3 WHW). Hbo-instellingen hebben een taak richting de Ad-afgestudeerde die wil doorstromen, blijkend uit de memorie van toelichting.²⁹

Samenwerking met het werkveld

Voor de macrodoelmatigheidstoets moet de arbeidsmarktbehoefte worden aangetoond.³⁰ Het werkveld moet daarom worden betrokken bij het ontwikkelen van de Ad-opleiding om te peilen wat hun behoefte is en of er vraag is naar potentiële afgestudeerden van de beoogde nieuwe Ad-opleiding. Daarnaast is de (regionale) arbeidsmarkt in de regel ook betrokken bij bestaande opleidingen, bijvoorbeeld in het kader van stages.³¹

Samenwerking tussen Ad en mbo

Er bestaan verschillende vormen van samenwerking tussen de hbo- en mbo-instellingen in het kader van de Ad. Dit is verder uitgewerkt in Box 2.1. Uit de gevoerde gesprekken blijkt dat de mate van samenwerking met het mbo in de praktijk wisselt. Bij het ontwikkelen van een Ad-opleiding is bij alle geïnterviewdeaanbieders ten minste één mbo-instelling betrokken, waardoor er bij de start van de opleiding altijd sprake is van een vorm van samenwerking met het mbo. De samenwerking met het mbo houdt echter niet altijd stand. Uit de interviews komt naar voren dat bij voltijd Ad-opleidingen vaker sprake is van goede, structurele samenwerking met het mbo dan bij deeltijd Ad-opleidingen. Deeltijdopleidingen zijn vaak gericht op werkenden en meerdere deeltijd Ad-opleidingen geven daarom aan dat ze betrekkelijk weinig tijd besteden aan contact onderhouden met het mbo. Eén van de aanbieders van een deeltijdopleiding merkte wel op dat contact met het mbo nuttig kan zijn, ook als er geen sprake is van werving bij of directe doorstroom na het mbo, omdat de onderwijsmethoden en didactische benadering op het mbo ook interessant kunnen zijn voor de Ad.

²⁶ Deze pilotronde is afzonderlijk gemonitord, zie Mulder e.a. (2016). Monitor Ad-ronde 4B; samenwerking mbo-hbo bij het opzetten van Associate degrees; een beproefd recept voor succes? Den Bosch/ Amsterdam: ecbo/SEO.

²⁷ Convenant Associate Degree, 3 juli 2018, MBO Raad.

²⁸ Samen Sterker (conclusie en statement), december 2021, MBO Raad.

²⁹ Kamerstukken II 2016/17, 34678, nr. 3 (MvT Wet invoering Ad).

³⁰ Bijlage 1 Regeling macrodoelmatigheid ho.

³¹ Kamerstukken II 2016/17, 34678, nr. 3 (MvT Wet invoering Ad).

De samenwerking met het mbo varieert in intensiteit. De meest genoemde vorm van samenwerking heeft betrekking op werving en voorlichting. Dit leidt ertoe dat er voorlichting wordt gegeven op het mbo over de mogelijkheid tot doorstroom naar de Ad, maar ook over wat het studeren aan een hbo-instelling inhoudt. Eén van de aanbieders gaf aan dat er vaak nog een drempel is voor mbo-studenten om over te stappen op het hbo, omdat ze het hbo niet goed kennen. Door daar voorlichting over te geven, proberen ze die drempel te verlagen. Ook met betrekking tot de overgang van de manier van werken op het mbo naar dat op het hbo wordt wel eens samengewerkt met het mbo. Het mbo biedt dan bijvoorbeeld een keuzedeel aan dat voorbereidt op het hbo-onderwijs, door daarin aandacht te besteden aan onder andere zelfstandig werken.

Naast werving en voorlichting wordt er ook op andere vlakken samengewerkt. Bij een aantal Ad-opleidingen wordt structureel afgestemd met de relevante mbo-opleidingen over de aansluiting op de Ad-opleiding. Bij één van de aanbieders gaat dit specifiek voor de voltijdvariant nog een stap verder. Zij doen projecten samen met studenten van een verwante mbo 4-opleiding, waarbij de verschillende opleidingen hun eigen curriculum volgen.. Beide groepen studenten kunnen van elkaar leren en het bootst een realistischere werksituatie na dan met alleen Ad-studenten. Een andere aanbieder heeft door capaciteitsproblemen de samenwerking met het mbo nog niet zo ver kunnen uitwerken als ze zouden willen. Hiertoe bestaan wel plannen, bijvoorbeeld door bepaalde praktijkonderdelen op het mbo aan te bieden.

Verskillende factoren bemoeilijken de samenwerking met het mbo. Een aantal aanbieders geeft aan dat er bij het ontwikkelen van de Ad-opleiding wel sprake was van afstemming met het mbo, maar dat dit contact na het starten van de opleiding snel is verwaterd. Een aanbieder die vrijwel niet samenwerkt met het mbo gaf aan dat dit voornamelijk komt door een gebrek aan capaciteit: er is niet genoeg tijd en mankracht om die samenwerking te onderhouden en samenwerking met bijvoorbeeld het bedrijfsleven krijgt dan hogere prioriteit. Een ander punt dat samenwerking lastig kan maken is dat er niet voor elke Ad-opleiding een duidelijke inhoudelijke link bestaat met een mbo-opleiding. In dergelijke gevallen is er vaak van beide kanten weinig interesse in samenwerking. Een aanbieder die juist met heel veel verschillende mbo-opleidingen samenwerkt, geeft aan dat het moeilijk is om de ontwikkelingen in het aanbod van mbo-opleidingen bij te houden. Er zijn veel verschillende mbo-opleidingen en het is niet makkelijk om hier goed overzicht in te krijgen.

De aanbieders van voltijdopleidingen die weinig samenwerken met het mbo geven wel allemaal aan dat ze van plan zijn om deze samenwerking weer op te pakken en te versterken.

Aansluiting met hbo-bacheloropleidingen

Bij het ontwikkelen van een Ad-opleiding is samenwerking met een hbo-bacheloropleiding vereist. In de onderwijs- en examenregeling moet namelijk beschreven worden welke mogelijkheden er zijn voor de Ad-afgestudeerde om door te stromen naar een verwante bacheloropleiding (zie Box 2.1). Alle geïnterviewde aanbieders van een Ad-opleiding bieden dan ook een doorstroomprogramma aan, maar de invulling ervan verschilt.

Een aantal aanbieders gaf aan een doorstroomprogramma te hebben met één of meerdere hbo-bacheloropleidingen, waarbij Ad-afgestudeerden een aangepast programma krijgen van twee jaar. Ze hebben bijvoorbeeld een aantal vrijstellingen in jaar 3 en 4 van de hbo-bachelor vanwege hun opgedane praktijkervaring tijdens de Ad, maar moeten nog wat vakken inhalen uit jaar 1 en 2 van de hbo-bachelor. Sommige hbo-bacheloropleidingen werken met een schakelprogramma, waarbij Ad-studenten bijvoorbeeld een half jaar aan schakelvakken volgen en daarna doorstromen in de laatste twee jaar van de bachelor. Bij een aantal hbo-bacheloropleidingen kunnen Ad-afgestudeerden direct instromen in jaar 3, omdat de Ad en de eerste twee jaar van de bachelor sterk op elkaar lijken. Tot slot geven enkele aanbieders van Ad-opleidingen aan dat het doorstroomprogramma nog in ontwikkeling is, omdat hun Ad-opleiding nog niet zo lang bestaat en er weinig contact is met de best aansluitende hbo-bacheloropleiding.

Hun verwachting is dat het doorstroomprogramma meer vorm krijgt naarmate de opleiding langer bestaat, omdat er dan meer studenten daadwerkelijk zullen doorstromen.

De mate waarin wordt afgestemd tussen de Ad en de hbo-bachelor verschilt. Sommige Ad-opleidingen zijn direct gekoppeld aan een hbo-bachelor en hebben dezelfde docenten of er is sprake van duidelijke afstemming tussen docenten. Bij andere hogescholen zijn Ad-opleidingen meer opgezet als unieke opleiding en is afstemming soms minder makkelijk. Eén van de aanbieders gaf aan dat de hbo-bachelor de Ad als concurrent ziet en daarom niet erg bereidwillig is om samen te werken. Een andere vorm van afstemming die in de praktijk kan voorkomen, heeft betrekking op hbo-bachelorstudenten die uitvallen en door willen gaan met een Ad-opleiding. Hier is in de interviews echter geen informatie over opgehaald.

De status van de Ad ten opzichte van de hbo-bachelor is soms nog een lastig punt. Bij een aantal Ad-opleidingen met directe doorstroom in jaar 3 van de bachelor zijn de Ad en de eerste twee jaar van de bachelor vrijwel identiek. Omdat de drempel om een Ad te volgen vaak lager is dan voor een vierjarige hbo-bachelor en omdat studenten tussen de Ad en de bachelor een pauze kunnen nemen als dat beter past bij hun werk of privéleven, is de Ad voor sommige studenten aantrekkelijker dan de hbo-bachelor. Andere aanbieders worstelen (nog steeds) met de twee gezichten van de Ad: ze moeten de mogelijkheid tot doorstroom naar een hbo-bacheloropleiding bieden, maar tegelijkertijd moet de Ad ook een opzichzelfstaande opleiding zijn en zich onderscheiden van de hbo-bachelor. Die opleidingen richten zich op een Ad die hetzelfde eindniveau biedt als na twee jaar bachelor, maar met een ander zwaartepunt. De focus ligt bijvoorbeeld meer op de praktijk of op persoonlijke begeleiding en ontwikkeling. Eén van de aanbieders gaf in het interview aan expliciet tegen een direct doorstroomprogramma te zijn, omdat een Ad echt iets anders is en moet zijn dan een hbo-bachelor. Met directe doorstroom lijkt er geen verschil te zijn tussen iemand die een Ad heeft gevolgd en iemand die halverwege de hbo-bachelor stopt. Dit terwijl de Ad veel praktischer is en een student aflevert die bepaalde skills heeft die een hbo-bachelorstudent na twee jaar (nog) niet heeft. Deze aanbieder ziet meer in een doorstroomprogramma waarbij men eerst een schakeljaar moet volgen.

Afstemming met het werkveld

Zoals beschreven in Box 2.1 moet als onderdeel van de macrodoelmatigheidstoets het werkveld betrokken worden bij de aanvraag van een nieuwe Ad-opleiding om aan te tonen dat er behoefte is aan afgestudeerden van de Ad-opleiding. Alle geïnterviewde aanbieders van Ad-opleidingen hebben dan ook contact met het werkveld, alhoewel de intensiteit van het contact varieert nadat de Ad-opleiding eenmaal goedgekeurd en gestart is.

In veel gevallen bestaat er een actieve werkveldcommissie voor de Ad, waar afgevaardigden van het werkveld in zitten om periodiek het curriculum en de aansluiting met het werkveld te bespreken. Dergelijke overleggen vinden doorgaans eens per kwartaal plaats. Ook via de stages/werkplekken van Ad-studenten en via hybride docenten is er contact met het werkveld. Veel Ad-opleidingen werken daarnaast met opdrachten uit de praktijk, waar regelmatig bedrijven bij betrokken zijn. Samenwerking met het werkveld is dus een belangrijk onderdeel en er zijn meestal meerdere vormen van contact.

Over het algemeen geven aanbieders aan dat het vinden van geïnteresseerde bedrijven goed gaat, maar het wel eens lastig is om bedrijven betrokken te houden. Een aanbieder geeft bijvoorbeeld aan dat het moeilijk is om een structurele samenwerking op te zetten, omdat het bedrijf na een eenmalige samenwerking weer een aantal nieuwe studenten gerekruteerd heeft en dan niet direct geïnteresseerd is in meer. Ze hebben hun 'winst' dan al binnen. Dit komt vermoedelijk deels door de krappe arbeidsmarkt: bedrijven hebben nieuwe werknemers nodig waardoor ze geïnteresseerd zijn in Ad-studenten, maar ze hebben tegelijkertijd weinig capaciteit voor begeleiding en om mee te werken aan activiteiten en projecten in de opleiding. Een andere aanbieder van Ad-opleidingen gaf aan dat ze hebben geprobeerd om per bijeenkomst een bepaald onderwerp te bespreken en specifiek voor dat onderwerp

mensen uit te nodigen, om deelname flexibeler te maken voor het werkveld. Maar de totale frequentie van de bijeenkomsten daalde daardoor en het bleek toch handiger om een vaste groep te hebben die periodiek bijeenkomt.

Tot slot is zoals eerder genoemd het niveau en de positionering van de Ad soms nog onduidelijk voor het werkveld. Dit verbetert wel, maar een aantal aanbieders van Ad-opleidingen noemt dat ze nog vaak aan bedrijven moet uitleggen wat een Ad inhoudt en wat hun studenten te bieden hebben. Vaak zijn bedrijven enthousiast als ze daar meer over te weten komen, maar het zou wel kunnen betekenen dat bedrijven minder snel zelf toenadering zoeken tot de Ad dan bij de bekendere opleidingsniveaus.

Stages

In de interviews kwam veelvuldig naar voren dat de aansluiting op de praktijk een sterk punt van de Ad-opleiding is. Meerdere aanbieders noemen dat zowel hun studenten als het bedrijfsleven tevreden zijn over het curriculum en de aansluiting daarvan op het werkveld. In Ad-opleidingen wordt vaak met bedrijfsopdrachten of casussen gewerkt en er is vaak meer aandacht voor de praktijk dan in de eerste twee jaar van een hbo-bacheloropleiding. Stages zijn dan ook een belangrijk onderdeel van de Ad. Niet elke Ad-opleiding heeft echter een verplichte stage. In sommige deeltijdopleidingen wordt de praktijkervaring opgedaan binnen het eigen bedrijf. Bij een aantal geïnterviewde aanbieders van Ad-opleidingen is een relevante werkplek zelfs een eis om toegelaten te worden tot de Ad. Voltijdopleidingen hebben wel allemaal minstens één verplichte stage en een deel van de deeltijdopleidingen ook.

Veel aanbieders geven hun studenten de mogelijkheid om uit een lijst van geselecteerde stagebedrijven te kiezen, maar studenten mogen meestal ook zelf een stageplek aandragen. In dat geval wordt bekeken of de stageplek geschikt is en of de student daar de mogelijkheid heeft om de benodigde ervaring op te doen. Dit kan namelijk niet altijd. Soms hebben studenten een stageplek gevonden in de juiste sector, maar hebben ze daar niet de kans om op het niveau mee te draaien dat nodig is om aan de eisen van de Ad-stage te voldoen.

Het bepalen van het niveau van een stage binnen de Ad is nog wel eens lastig. Nog niet alle bedrijven zijn bekend met de Ad en de vaardigheden van een Ad-student. Daardoor worden Ad-studenten niet altijd goed ingezet. Aanbieders van Ad-opleidingen proberen daarom goed contact te houden met stagebedrijven. Dit contact gaat zowel over welke taken de stagiair krijgt en hoe diegene het best kan worden ingezet als over hoe tevreden het bedrijf is over dit type werknemer en of ze de toegevoegde waarde zien van de Ad-student. Meerdere aanbieders van Ad-opleidingen gaven bovendien aan dat bedrijven vaak positief zijn over wat een Ad-student kan, maar dat het soms wel zoeken is naar hoe de Ad zich verhoudt tot andere niveaus en functies. Dit geldt extra in sectoren waar functies vaak strak afgebakend zijn en bepaalde bevoegdheden vereisen, zoals in de zorg en het onderwijs.

Sterke punten van de Ad

Zoals hierboven genoemd is de aansluiting op de praktijk het meest genoemde sterke punt van de Ad-opleiding. Een ander aspect dat bij een aantal aanbieders van Ad-opleidingen terugkwam is de flexibiliteit van de opleiding, waardoor de combinatie met werk en privé goed te doen is. Eén van de aanbieders noemt dat hun Ad-opleidingen voorheen minder flexibel vormgegeven waren en dat ze toen merkten dat studenten het moeilijk te combineren vonden. Nu ze de opleidingen flexibeler hebben opgezet in de vorm van modules, gaat dit beter. Met de modules hoeven studenten de vakken niet in een specifieke volgorde te volgen, maar kunnen ze zelf kiezen welk vak ze wanneer doen en kunnen ze ook even pauze nemen. Idealiter starten modules dan ook meerdere keren per jaar. Voor deze Ad-opleiding was dit nog niet mogelijk, omdat het aantal studenten daar nog te klein voor was.

Verschillende aanbieders merken dat de Ad een brede doelgroep aanspreekt, doordat de opleiding relatief kort is en tussen het niveau van mbo en hbo-bachelor valt. Een aanbieder benoemt dat hun studenten behoefte hebben aan verdieping of verbreding, maar wel praktijkgericht bezig willen zijn. De Ad is daar een mooie manier voor. Een

andere aanbieder noemt dat ze vroeger al een deeltijd hbo-bachelor aanboden, gericht op werkenden, maar dat de instroom aanzienlijk groter is nu ze een vergelijkbare opleiding in Ad-vorm aanbieden. Omdat de Ad-opleiding maar twee jaar duurt, is de drempel een stuk minder hoog om met de opleiding te starten dan bij een vierjarige hbo-bachelor.

Uitdagingen

Ad-opleidingen brengen ook uitdagingen met zich mee. Sommige opleidingen hebben moeite met het vinden van docenten, onder andere omdat voor lesgeven op hbo-niveau een masteropleiding vereist is en de arbeidsmarkt erg krap is in bepaalde sectoren. Een mogelijke oplossing daarvoor is om meer in te zetten op hybride docenten. Relatief veel hybride docenten is echter niet ideaal, omdat het voor de stabiliteit en continuïteit van een opleiding goed is om een kernteam te hebben van vaste docenten. Ook wordt de mastereis soms losgelaten, zo heeft één van de hogescholen de stelregel dat tien procent van de docenten geen master hoeft te hebben.

Daarnaast is het vaak nodig om extra aandacht te besteden aan de overgang van mbo naar hbo. Veel Ad-studenten hebben een mbo-achtergrond en zijn een andere manier van leren en werken gewend dan in het hbo. Meerdere aanbieders noemen dat ze er gedurende de opleiding achter kwamen dat het belangrijk is om meer aandacht te besteden aan die specifieke vaardigheden die nodig zijn in het hbo. Hoe ze dit doen wisselt: er is bijvoorbeeld een opleiding die de vaardigheden integreert in de inhoudelijke vakken, een ander biedt de vaardigheden parallel aan de reguliere vakken aan in een apart vak.

Eén van de aanbieders geeft aan dat (vooral in de beginfase van de Ad) een wildgroei aan Ad-opleidingen ontstond, met veel verschillende opleidingen die raakvlakken hadden, maar onder verschillende namen opereerden en een andere focus hadden. Dit veroorzaakte een verwarrend geheel voor zowel studenten als het werkveld: het was niet duidelijk waar zo'n Ad voor stond. In een landelijk overleg met meerdere Ad-aanbieders is dit besproken en zijn de overeenkomsten tussen de opleidingen en de behoeften van het werkveld in kaart gebracht. Hiermee is vervolgens een overzichtelijk aantal Ad-opleidingen opgesteld, met dezelfde basis en een herkenbare naam. Elke hogeschool kan vervolgens wel haar eigen accenten aanbrengen in de Ad-opleiding, maar de kern is gelijk. Voor deze opleiding lijkt dit dus opgelost, maar het is belangrijk om hierop te blijven letten.

Tot slot is het niveau van de Ad soms nog (steeds) een lastig punt. De Ad zit qua niveau tussen een mbo 4-opleiding en een hbo-bacheloropleiding in en zowel studenten als bedrijven vinden het soms nog moeilijk om dit een plek te geven. Eén van de aanbieders van Ad-opleidingen geeft aan dat veel bedrijven niet goed raad weten met een Ad-afgestudeerde, omdat ze voor hun functies specifieke functieprofielen gebruiken en ze alsnog proberen om een Ad-er in het hokje van mbo-4 of hbo-bachelor te plaatsen. De meeste aanbieders die problemen ervaren met het niveau, geven echter wel aan dat er verbetering in zit en dat ook bij bedrijven de Ad steeds meer bekendheid krijgt. De bedrijven die wel gebruikmaken van de specifieke kwaliteiten van de Ad-afgestudeerde zijn namelijk vaak positief over de toegevoegde waarde van de Ad-er.

3 Studenten over de Associate degree

De Associate degree trekt nog steeds aan vanwege de relatief korte opleidingsduur en de doorstroommogelijkheid naar de hbo-bachelor. Ad-studenten zijn vooral tevreden over de inhoud, het niveau en de praktijkgerichtheid. De diepgang van de opleiding lijkt een mogelijk verbeterpunt.

Onder drie cohorten eerstejaarsstudenten (2018-2019, 2019-2020 en 2020-2021) van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn enquêtes uitgezet. Ongeveer gelijktijdig zijn ook enquêtes gehouden onder studenten van private Ad-opleidingen. In dit hoofdstuk worden achtereenvolgend de enquête-uitkomsten met betrekking tot de studiekeuzemotieven, de waardering van de Ad, de waardering van de stages en de gevolgen van de coronacrisis gepresenteerd. Omdat er weinig verschillen tussen de drie afzonderlijke cohorten zijn geobserveerd³², zijn de resultaten gecumuleerd maar apart weergegeven voor studenten van voltijd bekostigde, deeltijd/duaal bekostigde en private Ad-opleidingen.

3.1 Studiekeuzemotieven

De belangrijkste bron waardoor studenten gehoord hebben over het bestaan van de Ad is de website van hogescholen (Tabel 3.1). Voor zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen geeft ongeveer de helft van de studenten aan via deze weg over hun Ad-opleiding gehoord te hebben. Voor studenten van publiek bekostigde opleidingen is ook de open dag van hogescholen een belangrijke bron: bijna de helft van de studenten geeft aan op deze manier van de Ad-opleiding gehoord te hebben.

Tabel 3.1 Websites van hogescholen zijn de meest gebruikte bron voor informatie over de Ad

Hoe heb je over de Ad-opleiding gehoord?	Bekostigd		Privaat (n=435)
	Voltijd (n=826)	Deeltijd/duaal (n=665)	
Website hogeschool	50%	49%	56%
Open dag/ voorlichtingsdag hogeschool	50%	42%	13%
Vrienden/collega's/bekenden	31%	26%	18%
Anders	14%	12%	15%
Werkgever/afdeling p&o	1%	18%	18%
Decaan/docent/studieadviseur mbo-opleiding	15%	7%	2%
Website Ad (www.deassociatedegree.nl ³³)	11%	4%	5%
Website Studiekeuze123	10%	2%	2%
Decaan/docent/studieadviseur voortgezet onderwijs	4%	1%	0%

Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

De studiekeuzemotieven van Ad-studenten (zie Figuur 3.1) laten zien dat men nog steeds voor de Ad kiest vanwege de relatief korte opleidingsduur, de mogelijkheid om door te gaan met een hbo-bacheloropleiding en omdat het

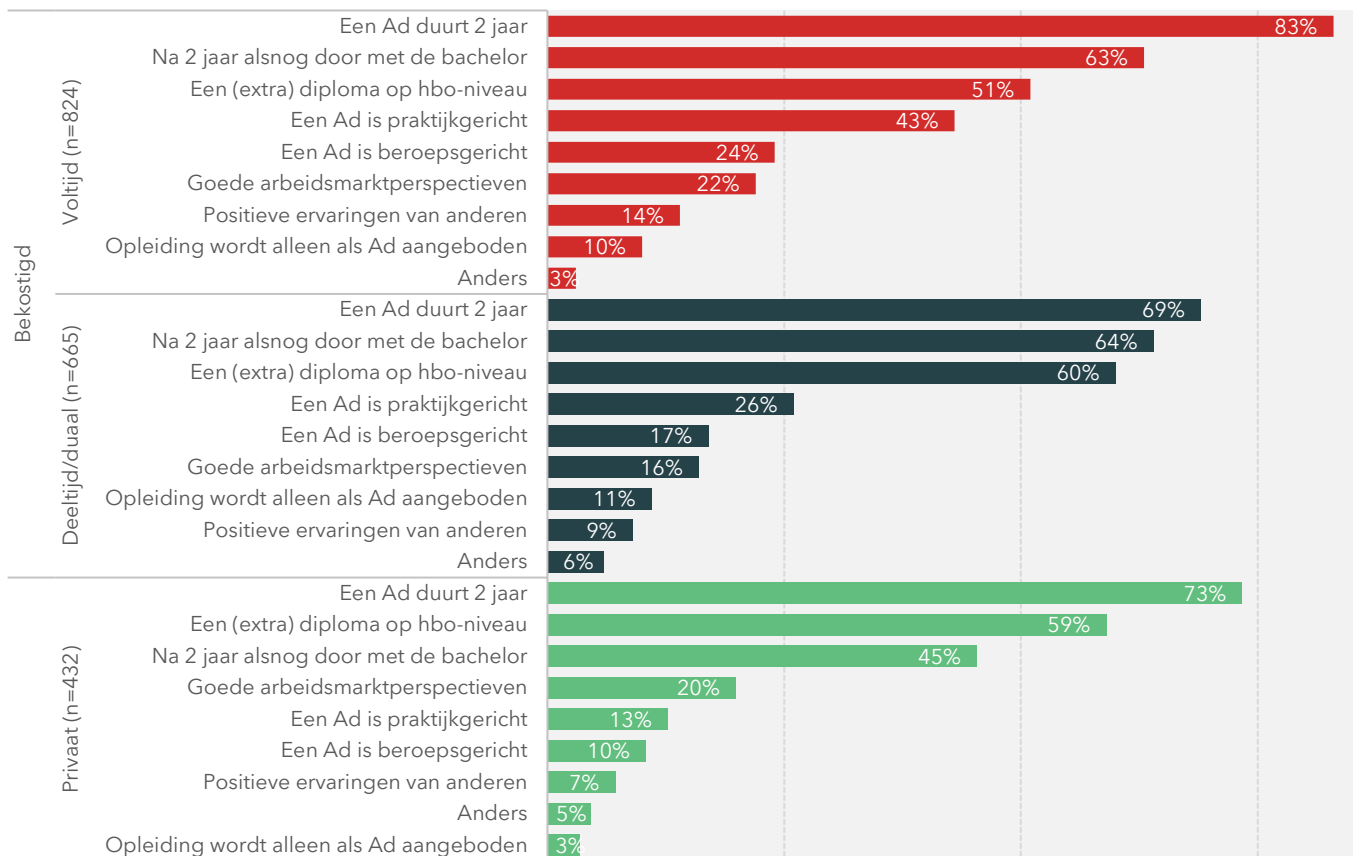
³² De verschillen tussen cohorten zijn niet getoetst op significantie.

³³ Deze website is inmiddels niet meer beschikbaar.

een diploma op hbo-niveau oplevert. Er zijn nauwelijks verschillen in studiekeuzemotieven tussen studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en private Ad-opleidingen. Opvallend is wel dat studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen relatief vaker dan studenten van private Ad-opleidingen aangeven gekozen te hebben voor de Ad omdat ze daarna nog door kunnen met de hbo-bachelor, ook in vergelijking met deeltijd/duale Ad-studenten bij publiek bekostigde opleidingen. Dit hangt mogelijk samen met de gemiddeld hogere leeftijd van de Ad-studenten van private opleidingen.

Figuur 3.1 De duur en de mogelijkheid tot doorstroom zijn de belangrijkste redenen om voor een Ad te kiezen

Motivatie om specifiek voor Ad te kiezen



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Een groot deel van de Ad-studenten werkt gedurende hun opleiding. Uit de enquêtes blijkt dat gemiddeld 70 procent van de studenten van voltijd publiek bekostigde Ad-opleidingen werk en opleiding combineert en gemiddeld ruim 90 procent van de deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en van de studenten van private Ad-opleidingen. Vooral voor de deeltijd/duale studenten en studenten van private Ad-opleidingen geldt dat het werk inhoudelijk aansluit bij hun Ad-opleiding en dat ze het werk ook al deden voorafgaand aan de start met de Ad. Voor de groep werkenden blijkt de invloed van de werkgever op het kiezen voor een Ad-opleiding beperkt. Hooguit 6 procent³⁴ geeft aan dat de studiekeuze is gemaakt omdat de Ad hoog wordt aangeschreven

³⁴ Dit betreft 6 procent van deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en 2 procent van studenten van private Ad-opleidingen.

door de werkgever. Daarnaast betalen werkgevers hooguit bij 15 procent van de Ad-studenten³⁵ mee aan de opleiding.

Studenten beginnen met uiteenlopende doelen aan een Ad-opleiding, zoals blijkt uit Tabel 3.2. De belangrijkste vier doelen zijn een (extra) diploma behalen, persoonlijke ontwikkeling, kennis vergaren/vergroten en betere loopbaanmogelijkheden. Daarnaast zijn specifieke doelen voor werkenden en niet-werkenden uitgevraagd. De belangrijkste doelen voor niet-werkenden zijn de kans op een baan vergroten en een goede baan vinden. Voor werkenden zijn doorgroeien naar een hogere/andere functie en een hoger salaris veelgenoemde doelen. Deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen geven ook relatief vaak aan dat het combineren van leren en werken een doel is.

Tabel 3.2 Het starten met een Ad-opleiding heeft voor eerstejaarsstudenten vaak meerdere doelen

Met welk doel ben je aan de Ad begonnen?			
Alle studenten	Voltijd (n=824)	Deeltijd/duaal (n=665)	Privaat (n=432)
(Extra) diploma behalen	72%	70%	76%
Persoonlijke ontwikkeling	62%	73%	66%
Kennis vergaren/vergroten	67%	70%	64%
Betere loopbaanmogelijkheden	50%	56%	52%
Eerste stap naar hbo-bachelordiploma	27%	33%	26%
Anders	2%	3%	2%
Niet-werkenden	Voltijd (n=295)	Deeltijd/duaal (n=108)	Privaat (n=94)
Kans op een baan vergroten	53%	43%	34%
Goede baan vinden	51%	34%	29%
Praktijkervaring opdoen	35%	29%	13%
Werkenden	Voltijd (n=529)	Deeltijd/duaal (n=557)	Privaat (n=338)
Doorgroeien naar een hogere/andere functie	35%	59%	46%
Hoger salaris	37%	37%	32%
Combineren van leren en werken	15%	49%	28%
Beter functioneren in huidige functie	8%	26%	23%
Ander beroep uitoefenen	14%	16%	11%
Promotie maken	3%	18%	11%
Voldoen aan de opleidingswens van mijn werkgever	1%	9%	7%

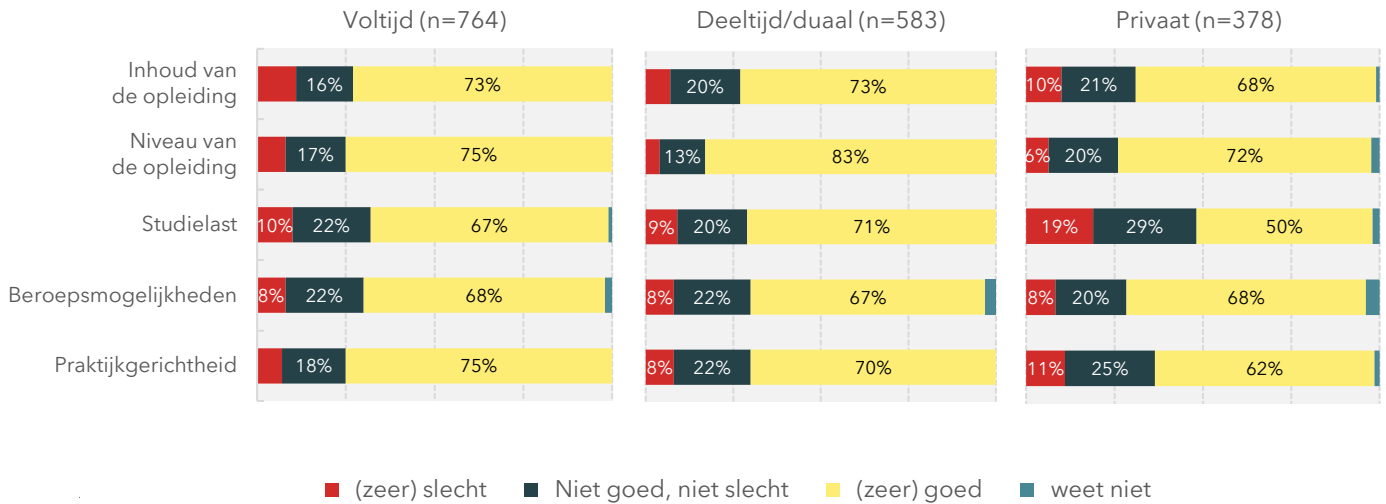
Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Het merendeel van de Ad-studenten is tevreden over hoe zij zijn ingelicht over verschillende aspecten van hun opleiding (zie Figuur 3.2). Over de voorlichting over het niveau van de opleiding zijn Ad-studenten het meest positief. Studenten van private Ad-opleidingen zijn iets minder vaak (zeer) goed ingelicht dan studenten van

³⁵ Dit betreft 15 procent van de deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en 10 procent van studenten van private Ad-opleidingen.

bekostigde Ad-opleidingen. Voor de private opleidingen is met name verbetering mogelijk bij voorlichting over de studielast. Ongeveer 1 op de 5 Ad-studenten stelt hier namelijk slecht tot zeer slecht over te zijn ingelicht.

Figuur 3.2 De meeste studenten zijn goed ingelicht over hun Ad-opleiding



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Ten aanzien van de studiekeuze is aan Ad-studenten gevraagd of ze ook andere opleidingen hebben overwogen. Voor meer dan de helft is dit het geval geweest (zie Tabel 3.3). De meesten hiervan hebben een hbo-bacheloropleiding overwogen. Aan die studenten is specifiek gevraagd wat uiteindelijk de doorslag gaf om voor een Ad-opleiding te kiezen. De meest gekozen reden is dat men na de Ad alsnog door kan naar de bachelor. Voor de meerderheid van de voltijd Ad-studenten van publiek bekostigde opleidingen (57 procent) en studenten van private Ad-opleidingen (63 procent) geldt ook dat zij de bachelor te lang vinden duren.

Tabel 3.3 Meer dan de helft van de Ad-studenten heeft een andere opleiding overwogen

Heb je een andere opleiding overwogen?	Voltijd (n=824)	Deeltijd/duaal (n=665)	Privaat (n=433)
Ja	60%	52%	55%
Nee	40%	48%	45%
Zo ja, wat voor type opleiding?	Voltijd (n=497)	Deeltijd/duaal (n=347)	Privaat (n=248)
Hbo-bacheloropleiding	74%	61%	72%
Andere Ad-opleiding	20%	28%	14%
Anders	6%	11%	13%
In geval van hbo-bachelor: waarom heb je uiteindelijk toch niet gekozen voor een hbo-bachelor?	Voltijd (n=372)	Deeltijd/duaal (n=218)	Privaat (n=179)
Ik kan na de Ad alsnog door naar de bachelor	61%	64%	53%
Duurt te lang	57%	38%	63%
Minder praktijkgericht	28%	16%	7%
Is te theoretisch	24%	11%	2%
Anders	12%	17%	12%
Sluit minder goed aan op het werk dat ik wil gaan doen (niet-werkenden)	9%	18%	0%

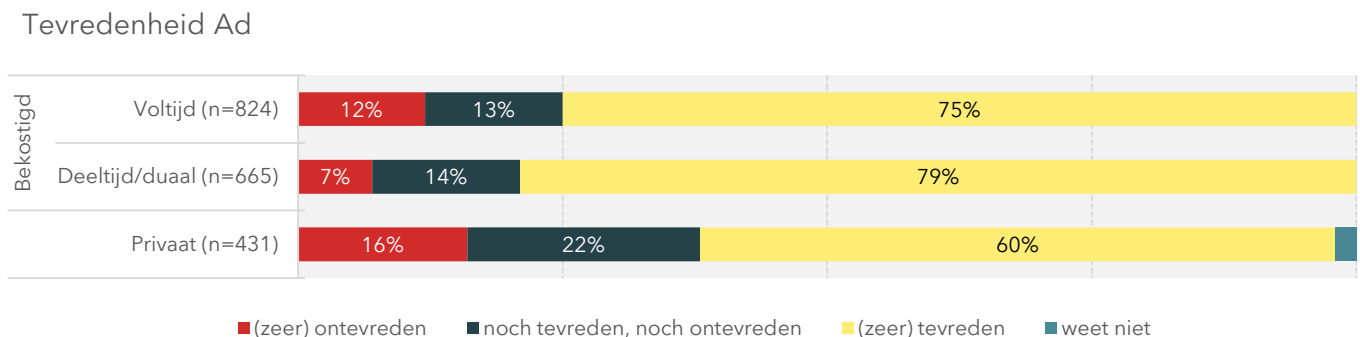
Sluit minder goed aan op mijn huidige werk (werkenden) 3% 12% 5%

Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

3.2 Waardering van de opleiding

De meerderheid van de studenten van zowel publiek bekostigde Ad-opleidingen als bij private Ad-opleidingen is tevreden of zeer tevreden met hun Ad-opleiding (Figuur 3.3). Bij publiek bekostigde Ad-opleidingen is dit aandeel nog wat hoger (respectievelijk 75 en 79 procent bij voltijd en deeltijd/duale studenten) dan bij de private Ad-opleidingen (60 procent). De tevredenheid is bovendien toegenomen over de verschillende cohorten voltijd Ad-studenten van publiek bekostigde instellingen en van Ad-studenten van private aanbieders.³⁶

Figuur 3.3 Het overgrote deel van de eerstejaars studenten is (zeer) tevreden met hun Ad-opleiding



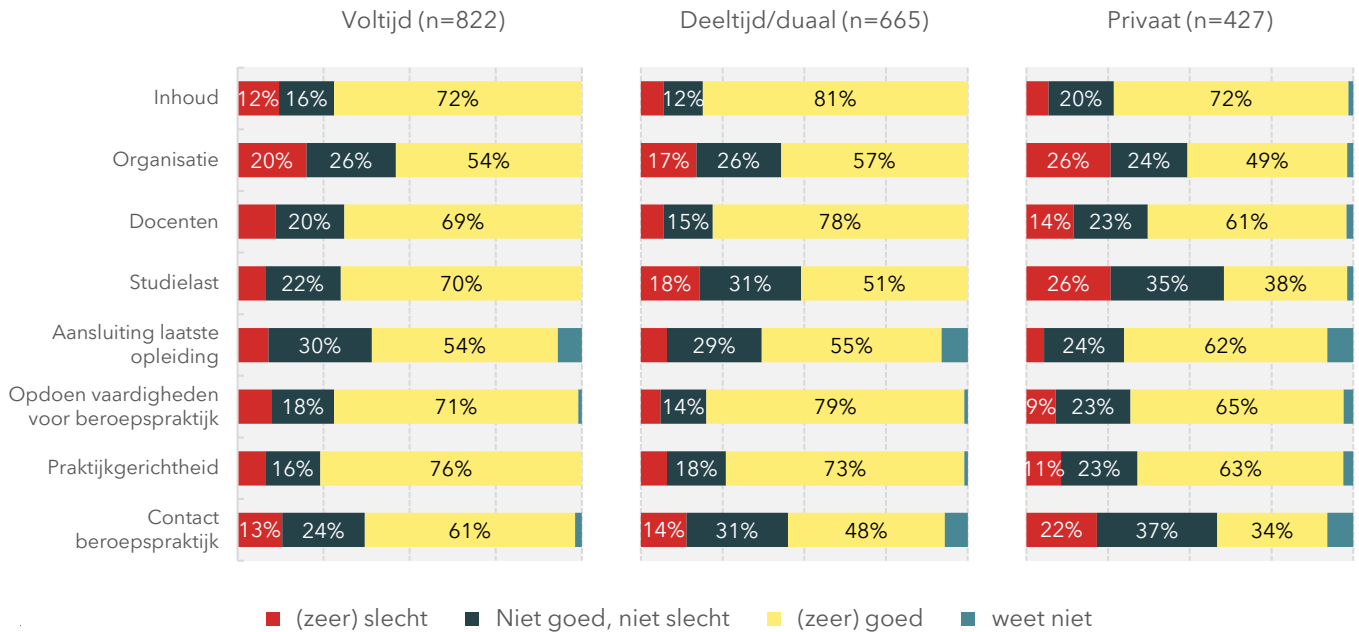
Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Gevraagd naar de tevredenheid met verschillende aspecten van de Ad-opleiding, blijkt dat studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen het meest tevreden zijn over de inhoud, de praktijkgerichtheid en de opgedane vaardigheden voor de beroepspraktijk (zie Figuur 3.4). Voltijdstudenten zijn het minst te spreken over de organisatie, 20 procent beoordeelt die als slecht of zeer slecht. Deeltijd/duale studenten zijn het minst tevreden over de studielast, 18 procent is hierover (zeer) ontevreden.

Studenten van private Ad-opleidingen zijn overduidelijk het meest tevreden met de inhoud van de opleiding en ook zij oordelen minder goed over de organisatie en studielast. Beide aspecten zijn door circa 1 op de 4 Ad-studenten als (zeer) slecht beoordeeld. Ook lijkt het erop dat studenten van private Ad-opleidingen over de gehele linie minder tevreden zijn over hun opleiding dan studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen.

³⁶ Voor voltijd Ad-studenten van 67 procent in 2018-2019 naar 80 procent in 2020-2021; voor studenten van private Ad-opleidingen van 52 procent in 2018-2019 naar 69 procent in 2020-2021.

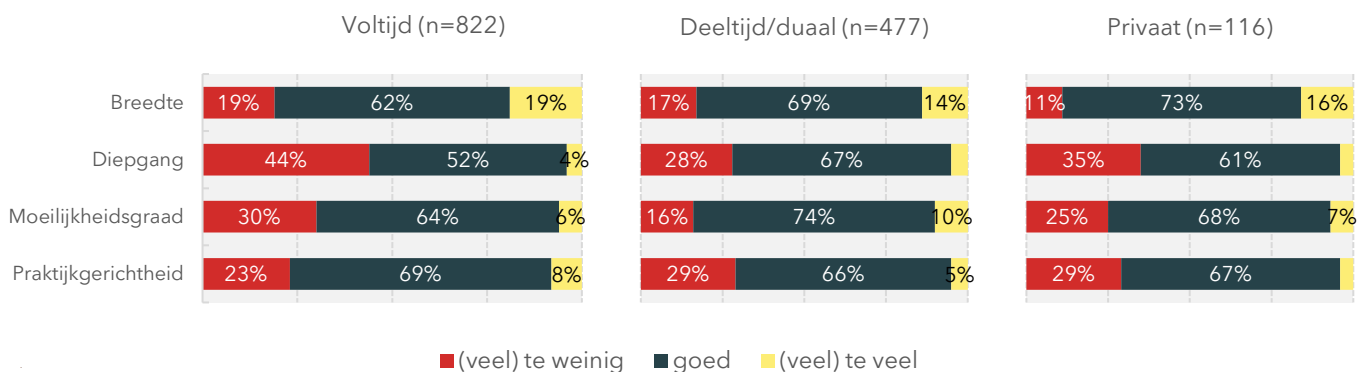
Figuur 3.4 De inhoud van de opleiding wordt het meest gewaardeerd



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Ook aan afgestudeerden van Ad-opleidingen is gevraagd hoe tevreden zij (achteraf gezien) zijn over verschillende aspecten van de Ad-opleiding, namelijk de breedte, diepgang, moeilijkheidsgraad en praktijkgerichtheid. De meeste alumni zijn tevreden over deze aspecten. In de meeste gevallen gaf ongeveer twee derde het oordeel 'goed'. Tegelijkertijd vond een relatief groot deel van de alumni de opleiding onvoldoende diepgang hebben, met name de studenten van voltijd Ad-opleidingen bij publiek bekostigde instellingen. Deze constatering geldt voor het merendeel van de alumni en ligt dus niet aan een specifieke opleiding of instelling.

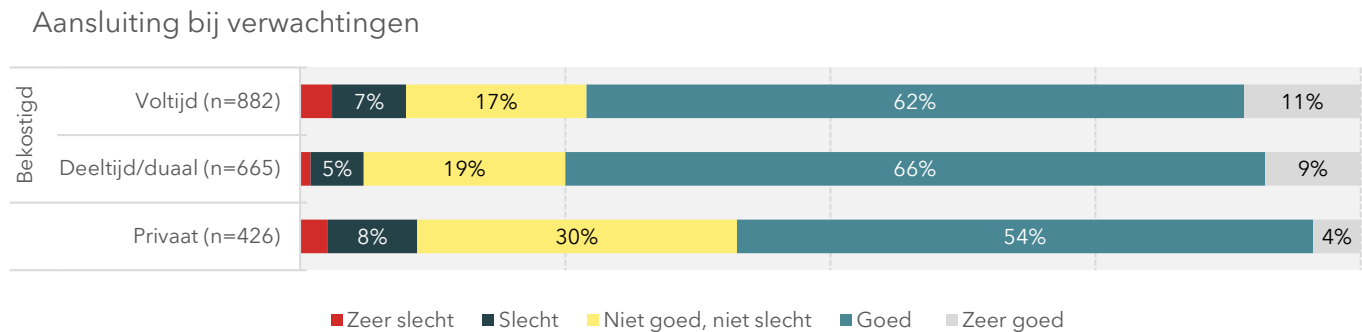
Figuur 3.5 De meeste alumni zijn tevreden, het voornaamste verbeterpunt is meer diepgang



Bron: Enquête onder Ad-alumni, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

De Ad-opleiding sluit voor de meeste Ad-studenten (zeer) goed aan op de verwachtingen die zij ervan hadden. Slechts een kleine 10 procent vindt dat de opleiding (zeer) slecht aansluit bij de verwachtingen. De oordelen van voltijd en deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen wijken niet veel van elkaar af. Meer verschillen zijn te zien met de studenten van private Ad-opleidingen, die de aansluiting op hun verwachtingen iets minder vaak (zeer) goed vinden.

Figuur 3.6 De Ad sluit goed aan bij de verwachtingen



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Ruim 40 van de studenten van bekostigde Ad-opleidingen vindt dat het goed tot zeer goed is gesteld met de bekendheid van hun Ad-opleiding. Bij studenten van private Ad-opleidingen is dit aandeel lager, namelijk 32 procent. Wel lijkt er een verbetering zichtbaar in de bekendheid van private Ad-opleidingen. In 2018-2019 vond namelijk 27 procent van de private studenten dat het (zeer) goed was gesteld met de bekendheid van hun opleiding. In 2020-2021 was dat 36 procent.

Tabel 3.4 De bekendheid van private Ad-opleidingen loopt achter op die van publiek bekostigde Ad-opleidingen

Hoe is het met de bekendheid gesteld van jouw Ad-opleiding?	Voltijd (n=824)	Deeltijd/duaal (n=665)	Privaat (n=432)
Zeer slecht	3%	2%	2%
Slecht	15%	13%	16%
Niet goed, niet slecht	31%	32%	36%
Goed	38%	39%	29%
Zeer goed	5%	4%	3%
Weet niet	8%	10%	14%

Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Een deel van de studenten heeft wel eens overwogen om te stoppen met hun Ad-opleiding, zie Tabel 3.5. Dit percentage is iets hoger onder studenten van private Ad-opleidingen (33 procent) dan voor studenten van bekostigde Ad-opleidingen (gemiddeld 23 procent). De voornaamste reden om te willen stoppen verschilt tussen Ad-studenten. Voor voltijdstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen zijn dat de omstandigheden op de opleiding (53 procent). Deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen en studenten van private Ad-opleidingen hebben vaak moeite met de combinatie (werk), opleiding en privé. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat deze antwoordcategorie alleen in de enquête voor cohort 2020-2021 is opgenomen, waardoor niet gekeken kan worden of dit consistent voor alle cohorten geldt.

Tabel 3.5 Ongeveer een kwart van de studenten heeft wel eens overwogen te stoppen met hun Ad-opleiding

Heb je ooit overwogen om te stoppen?	Voltijd (n=823)	Deeltijd/duaal (n=665)	Privaat (n=427)
Ja	24%	21%	33%
Nee	76%	79%	67%

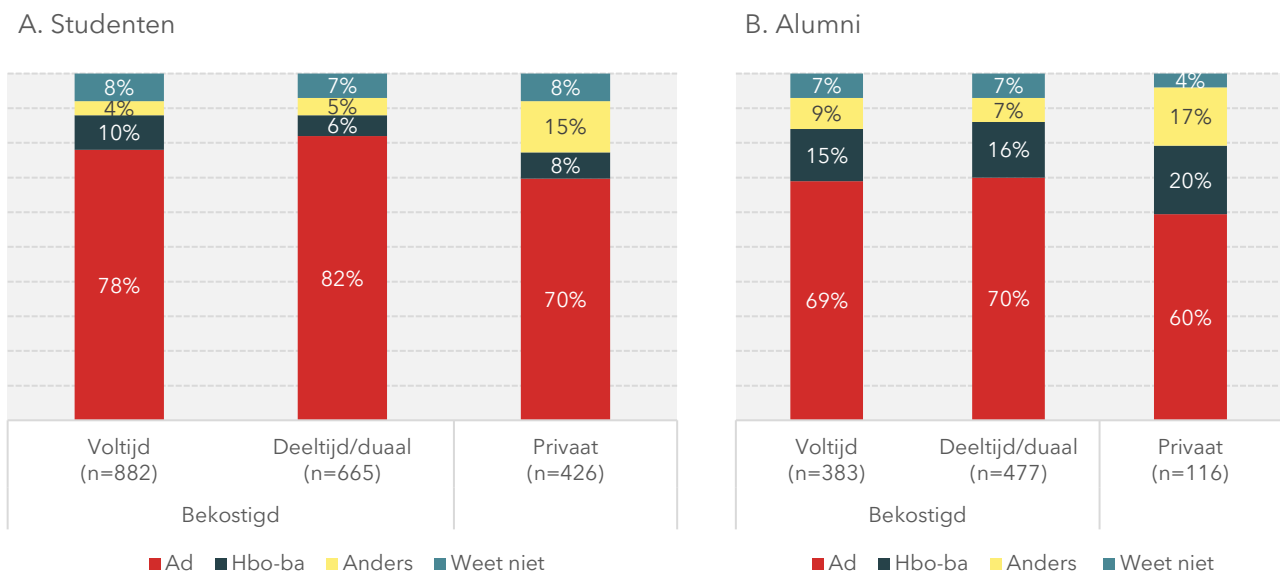
Zo ja, waarom?	Voltijd (n=201)	Deeltijd/duaal (n=142)	Privaat (n=121)
Vanwege omstandigheden op de opleiding	53%	33%	41%
Vanwege privéomstandigheden	21%	23%	30%
Vanwege moeite met de combinatie (werk), opleiding en privé*	19%	56%	62%
Vanwege gezondheidsredenen	8%	3%	8%
Vanwege omstandigheden op het werk	1%	14%	17%
Wil niet zeggen	2%	2%	2%

*Alleen in laatste enquête gevraagd (n=48, n=45, n=29)

Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

Als studenten met de kennis van nu opnieuw konden kiezen, geven de meesten aan wederom voor een Ad-opleiding te kiezen (Tabel 3.7, onderdeel A). Dit geldt ook voor alumni (Figuur 3.7, onderdeel B), alhoewel het percentage onder dat van studenten ligt. Studenten en alumni van private Ad-opleidingen zouden iets minder vaak opnieuw voor een Ad-opleiding kiezen dan studenten en alumni van bekostigde Ad-opleidingen. Opvallend is ook dat Ad-studenten in hun eerste opleidingsjaar enthousiaster lijken over hun opleiding dan na afstuderen. Na afstuderen geeft namelijk een groter deel aan liever voor een hbo-bachelor te kiezen als ze opnieuw voor de keuze zouden staan. Omdat de groep geënquêteerde studenten niet gelijk is aan de groep geënquêteerde alumni, kan hier echter ook sprake zijn van een selectie-effect.

Figuur 3.7 Het overgrote deel van de studenten zou weer voor de Ad kiezen als ze opnieuw voor de keuze zouden staan



Bron: Studenten- en alumni-enquête Ad, SEO Economisch Onderzoek (2019-2022)

Tot slot is gevraagd of studenten de Ad-opleiding zouden aanraden aan familie, vrienden of collega's (Tabel 3.6). Circa drie kwart van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen zegt dit waarschijnlijk of zeker wel te doen. Studenten van private Ad-opleidingen zijn iets minder stellig, maar ook van hen is het merendeel positief: circa 60 procent zou de Ad waarschijnlijk of zeker aanraden.

Tabel 3.6 Het merendeel van de studenten zou de Ad (waarschijnlijk) aanraden aan anderen

Zou je de Ad aanraden aan familie, vrienden of collega's?	Voltijd (n=823)	Deeltijd/duaal (n=665)	Privaat (n=426)
Nee, zeker niet	5%	2%	5%
Nee, waarschijnlijk niet	6%	4%	10%
Neutraal	12%	16%	21%
Ja, waarschijnlijk wel	35%	37%	43%
Ja, zeker wel	41%	40%	19%
Weet niet	1%	1%	3%

Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2019-2021)

3.3 Waardering van de stages

Een deel van de Ad-studenten loopt stage tijdens hun opleiding. Uit de enquête onder afgestudeerden blijkt dat dit het meest voorkomt bij studenten die een voltijd Ad-opleiding hebben gevolgd (zie Tabel 3.7). Ruim 90 procent van de voltijdstudenten heeft minstens één keer stage gelopen. Ook een aanzienlijk deel van de Ad-studenten bij private onderwijsinstellingen heeft stage gelopen tijdens hun opleiding, namelijk 59 procent. De enquêtes bevestigen dat stages vaak geen onderdeel uitmaken van deeltijd en duale Ad-opleidingen bij publiek bekostigde instellingen, al geeft circa een vijfde van de afgestudeerden van een dergelijke opleiding aan dat dit wel het geval is.

Tabel 3.7 Vooral voltijdstudenten lopen stage tijdens hun Ad-opleiding

Heb je stage gelopen tijdens je opleiding?	Voltijd (n=383)	Deeltijd/duaal (n=477)	Privaat (n=116)
Ja, één keer	47%	9%	14%
Ja, meerdere keren	45%	12%	45%
Nee, dit maakt geen onderdeel uit van mijn Ad	7%	72%	33%
Nee, vanwege vrijstelling	1%	7%	8%

Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

Aan degenen die stage hebben gelopen, is gevraagd hoeveel moeite zij hebben gehad met het vinden van een stageplek.³⁷ Tabel 3.8 toont dat het merendeel van de alumni hier naar eigen zeggen weinig moeite mee heeft gehad. 19 procent van de alumni van voltijd publiek bekostigde Ad-opleidingen vond het (zeer) moeilijk om een stageplek te vinden. Onder deeltijd/duale alumni was dit 8 procent en onder alumni van private Ad-opleidingen 22 procent.

³⁷ Voor degenen die meerdere keren stage hebben gelopen tijdens hun Ad-opleiding, had deze vraag betrekking op hun laatste stage.

Tabel 3.8 De meeste alumni hadden geen moeite met het vinden van een stageplek

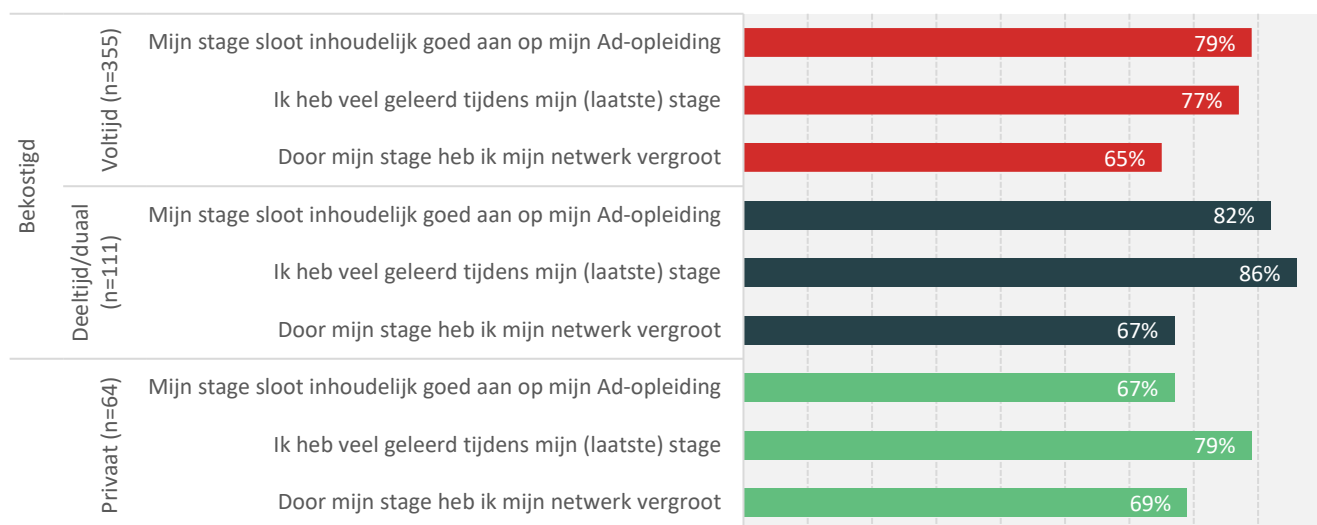
	Voltijd (n=326)	Deeltijd/duaal (n=44)	Privaat (n=56)
Zeer gemakkelijk	17%	17%	24%
Gemakkelijk	35%	45%	29%
Niet moeilijk, niet makkelijk	29%	30%	26%
Moeilijk	14%	8%	20%
Zeer moeilijk	5%	0%	2%

Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

De meeste alumni zijn positief over hun (laatste) stage (zie Figuur 3.8). De stage sloot inhoudelijk goed aan op de opleiding en ze hebben veel geleerd. Ook heeft de stage hun netwerk vergroot, al waren de alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen hier iets minder stellig over dan de andere twee aspecten.

Alumni van bekostigde deeltijd/duale Ad-opleidingen geven het hoogste rapportcijfer aan hun (laatste) stage, gemiddeld een 8,0. Alumni van publiek bekostigde voltijd en private Ad-opleidingen geven gemiddeld een 7,4. Het rapportcijfer dat ze geven voor de stagebegeleiding ligt dicht bij elkaar voor de verschillende Ad-alumni, namelijk rond gemiddeld 7,4.

Figuur 3.8 Studenten zijn positief over hun stage



Bron: Alumni-enquête, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

3.4 Gevolgen van corona

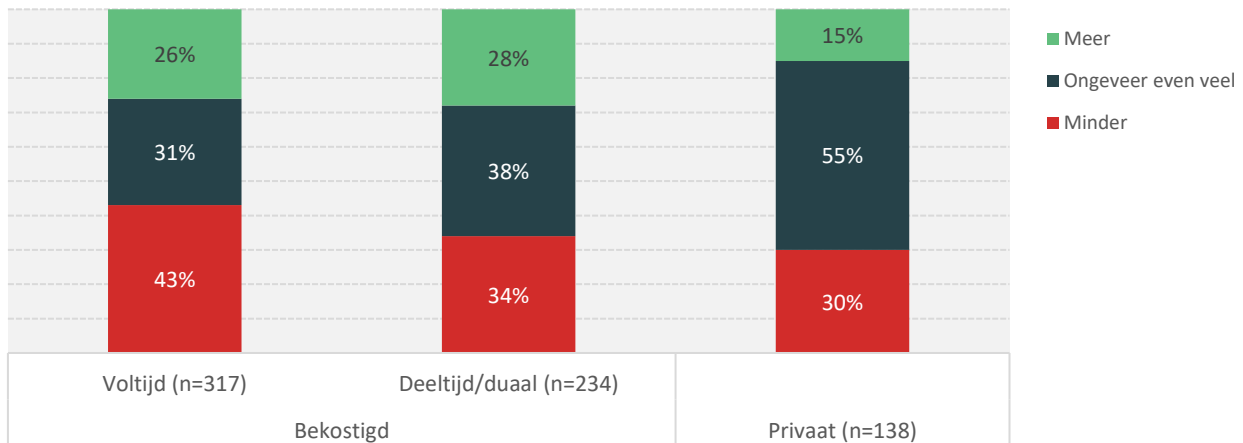
In de enquêtes onder eerstejaarsstudenten die in 2020 zijn uitgezet zijn enkele vragen toegevoegd over de impact van de coronapandemie op de ervaringen van Ad-studenten en de gevolgen op hun opleiding. Dit betreft vragen die in juni 2020 zijn beantwoord en betrekking hebben op de eerste coronalockdown tussen maart en juni 2020.

Voor de geënquêteerde studenten van zowel publiek bekostigde als private Ad-opleidingen blijkt dat een substantieel deel minder tijd aan de studie heeft besteed vanwege de coronacrisis. Respectievelijk 43, 34 en 30 procent van de Ad-studenten bij voltijd bekostigde opleidingen, deeltijd/duale bekostigde opleidingen en private

opleidingen geeft aan dat zij *minder* tijd besteedden aan de studie (zie Figuur 3.9). Daar staat tegenover dat een deel van de Ad-studenten aangaf juist *meer* tijd te hebben besteed aan de opleiding. Voor studenten van bekostigde Ad-opleidingen is dit vaker het geval dan voor studenten van private Ad-opleidingen. Per saldo heeft de coronacrisis het minst effect gehad op de tijdsbesteding van Ad-studenten van private opleidingen.

Figuur 3.9 Vooral voltijd Ad-studenten besteedden minder tijd aan hun opleiding gedurende de eerste coronalockdown

Besteedde je gedurende de coronacrisis evenveel tijd aan je Ad-opleiding?

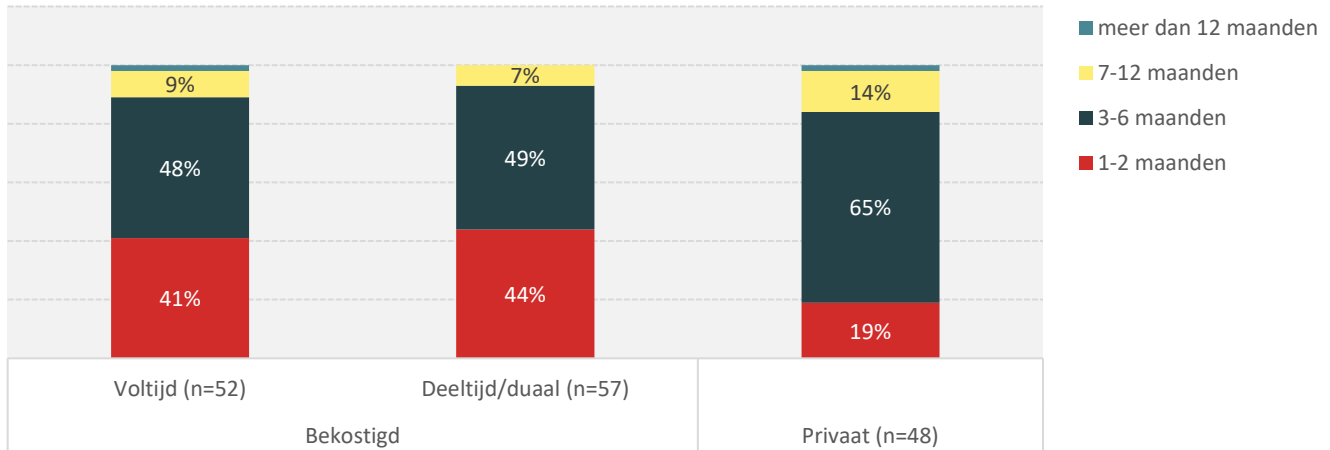


Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2020)

De coronasituatie en de verminderde tijd die besteed is aan de opleiding leiden wellicht tot studievertraging. De enquête wijst uit dat 16 procent van de voltijdstudenten en 23 procent van de deeltijd/duale studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen verwacht vertraging op te lopen *vanwege de coronacrisis*. Bij studenten van private Ad-opleidingen is dit aandeel hoger, namelijk 34 procent. Van de studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen die verwachten vertraging op te lopen, verwacht ongeveer de helft (voltijd: 48 procent; deeltijd/duaal: 49 procent) dat de vertraging drie tot zes maanden zal zijn (Figuur 3.10) en minder dan 10 procent van de voornoemde groep verwacht meer dan zes maanden studievertraging op te lopen. Van studenten van private Ad-opleidingen die verwachten vertraging op te lopen, verwacht 65 procent drie tot zes maanden studievertraging op te lopen. 16 procent verwacht meer dan zes maanden vertraging op te lopen. Studenten van private Ad-opleidingen verwachten niet alleen vaker vertraging op te lopen dan studenten in publiek bekostigde Ad-opleidingen, de vertraging is naar verwachting ook groter.

Figuur 3.10 Studenten van private Ad-opleidingen verwachten vaker en meer studievertraging op te lopen door corona

Hoeveel studievertraging verwacht je op te lopen?

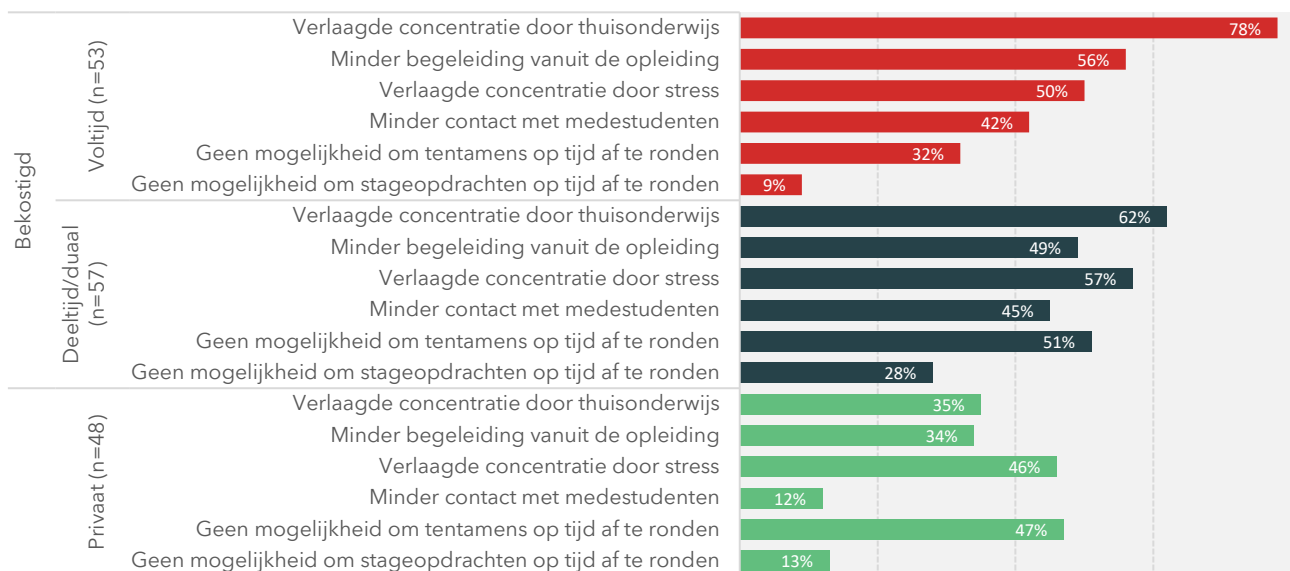


Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2020)

De redenen voor de verwachte studievertraging zijn divers. Figuur 3.11 laat zien dat voor studenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen verminderde concentratie door thuisonderwijs als voornaamste reden voor de verwachte vertraging wordt benoemd. Ook minder begeleiding vanuit de opleiding wordt relatief vaak als reden aangegeven. Studenten van private Ad-opleidingen hebben vooral last van verlaagde concentratie door stress en zien geen mogelijkheid om tentamens op tijd af te ronden.

Figuur 3.11 Verlaagde concentratie door thuisonderwijs is grootste veroorzaker van de verwachte studievertraging

Redenen voor verwachte studievertraging



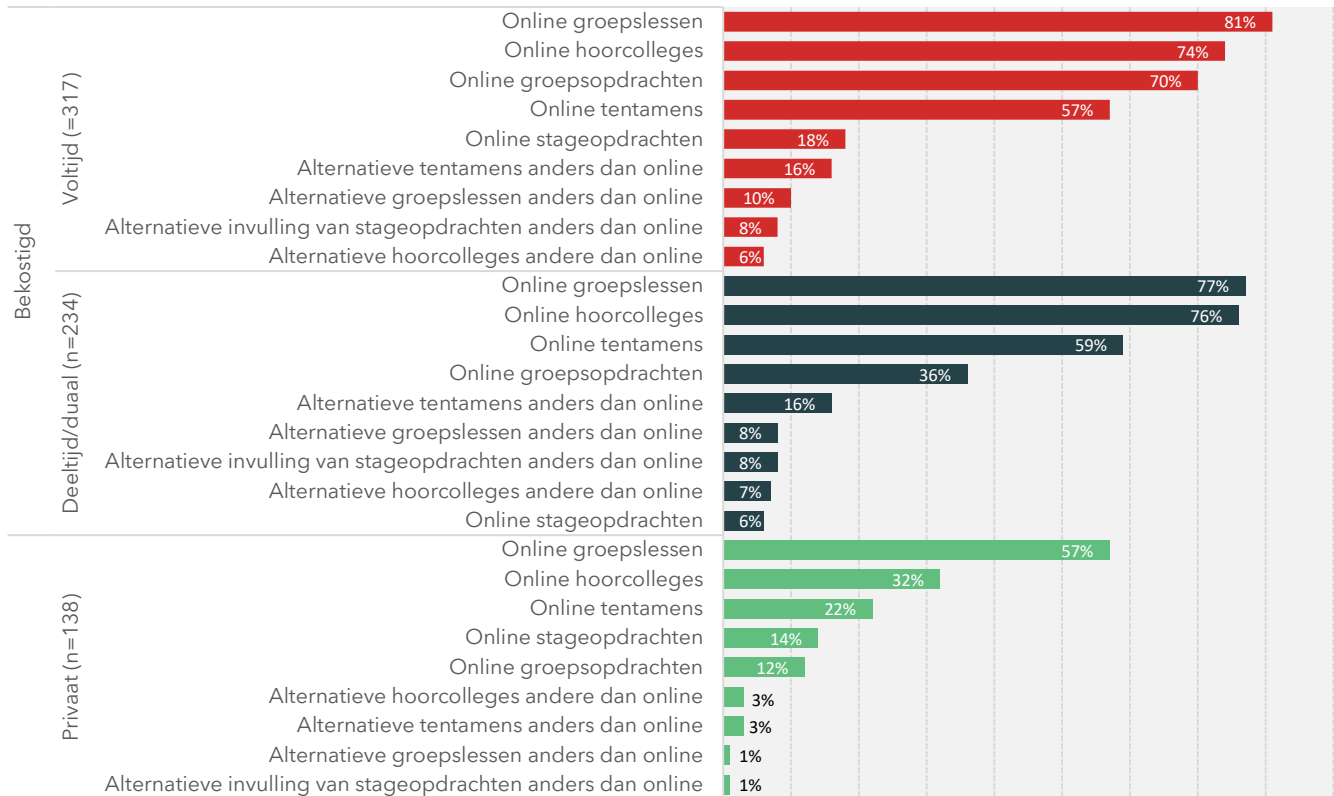
Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2020)

Figuur 3.12 laat zien dat onderwijsinstellingen vooral online groepslessen/werkcolleges, online hoorcolleges en online tentamens hebben ingezet om thuisonderwijs mogelijk te maken. Bij de publiek bekostigde Ad-opleidingen

geeft ruim 75 procent van de eerstejaarsstudenten aan dat online groepslessen/werkcolleges en online tentamens zijn ingevoerd in de afgelopen periode. Ook zijn er online tentamens en online groepsopdrachten mogelijk gemaakt. De studenten van private Ad-opleidingen geven in mindere mate aan dat de instellingen maatregelen hebben getroffen om thuisonderwijs mogelijk te maken. De mogelijk reden hiervoor is dat private opleidingen in sommige gevallen volledig online georganiseerd zijn, waardoor coronagerelateerde aanpassingen niet nodig waren.

Figuur 3.12 Online groepslessen zijn het meest genoemd als maatregel om thuisonderwijs mogelijk te maken

Getroffen maatregelen om thuisonderwijs mogelijk te maken



Bron: Enquête onder eerstejaars Ad-studenten, SEO Economisch Onderzoek (2020)

Ten slotte is aan de Ad-studenten gevraagd hoe zij vonden dat hun onderwijsinstelling is omgegaan met de coronacrisis. Dit hebben zij gedaan door middel van het toekennen van een rapportcijfer tussen 1 en de 10. Zowel studenten van publiek bekostigde als private Ad-opleidingen gaven gemiddeld een ruime voldoende: respectievelijk 7,2 en 7,0.

4 Na de Associate degree

Ruim 30 procent van de Ad-alumni studeert door, waarvan bijna allemaal in een hbo-bacheloropleiding. Van de resterende 70 procent werkt het overgrote deel. Op de arbeidsmarkt zijn verschillen waargenomen in soort dienstverband en beloning tussen alumni van voltijd en deeltijd/duale Ad-opleidingen.

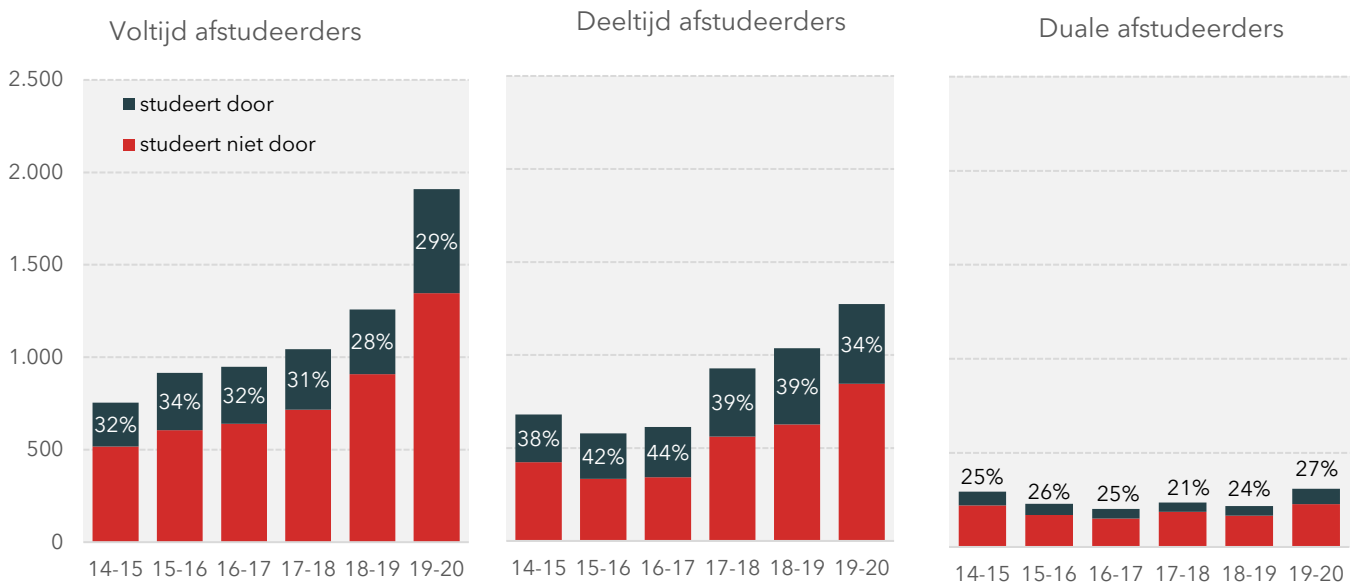
Na het succesvol doorlopen van een Ad-opleiding staat een alumnus grofweg voor twee keuzes: doorstuderen of (doorgaan met) werken. Om inzicht te geven in welke keuzes alumni van Ad-opleidingen hebben gemaakt, zijn enkele analyses gedaan binnen de beveiligde omgeving van de CBS Microdata. Met deze data zijn groepen Ad-studenten gevolgd over de tijd om daarmee in kaart te brengen 1) of een Ad-alumnus op 1 oktober na het moment van afstuderen ingeschreven staat bij een *publiek bekostigde opleiding* (definitie van doorstuderen) en 2) indien er geen sprake is van een vervolgopleiding of een alumnus zich op 1 december van het jaar na afstuderen op de Nederlandse arbeidsmarkt begeeft en of werk de belangrijkste inkomstenbron is (definitie van werken). Dergelijke analyses zijn gedaan voor de totale populatie Ad-studenten ingeschreven bij publiek bekostigde Ad-opleidingen in de periode 2014-2015 tot en met 2019-2020.³⁸ Voor de laatste drie cohorten afgestudeerden is ook een aantal uitsplitsingen gemaakt voor Ad-opleidingen die minimaal 50 alumni hadden. Ter aanvulling en voor nadere duiding zijn ook enkele enquêteresultaten van alumni weergegeven.

4.1 Doorstuderen na de Ad

Een deel van de Ad-studenten studeert door na het behalen van de Associate degree. Figuur 4.1 toont voor de laatste zes afstudeercohorten hoe groot dit aandeel is, apart voor voltijd, deeltijd en duale Ad-alumni. De aandelen schommelen iets over de tijd, maar voor alle jaren geldt dat het aandeel doorstudeerders onder deeltijd-alumni relatief het grootst is (rond 40 procent). In absolute aantallen is het aantal voltijd alumni dat is gaan doorstuderen gestegen van 238 in 2014-2015 naar 563 in 2019-2020, een groei van 137 procent. Voor deeltijd alumni is dit respectievelijk 256 en 428 doorstudeerders (+67 procent) en voor duaal 73 en 82 doorstudeerders (+12 procent). Ruim 98 procent van de doorstudeerders volgt een hbo-bacheloropleiding. In totaal is het absolute aantal doorstudeerders in zes jaar tijd bijna verdubbeld.

³⁸ Cohort 2020-2021 was nog niet beschikbaar ten tijde van de analyses.

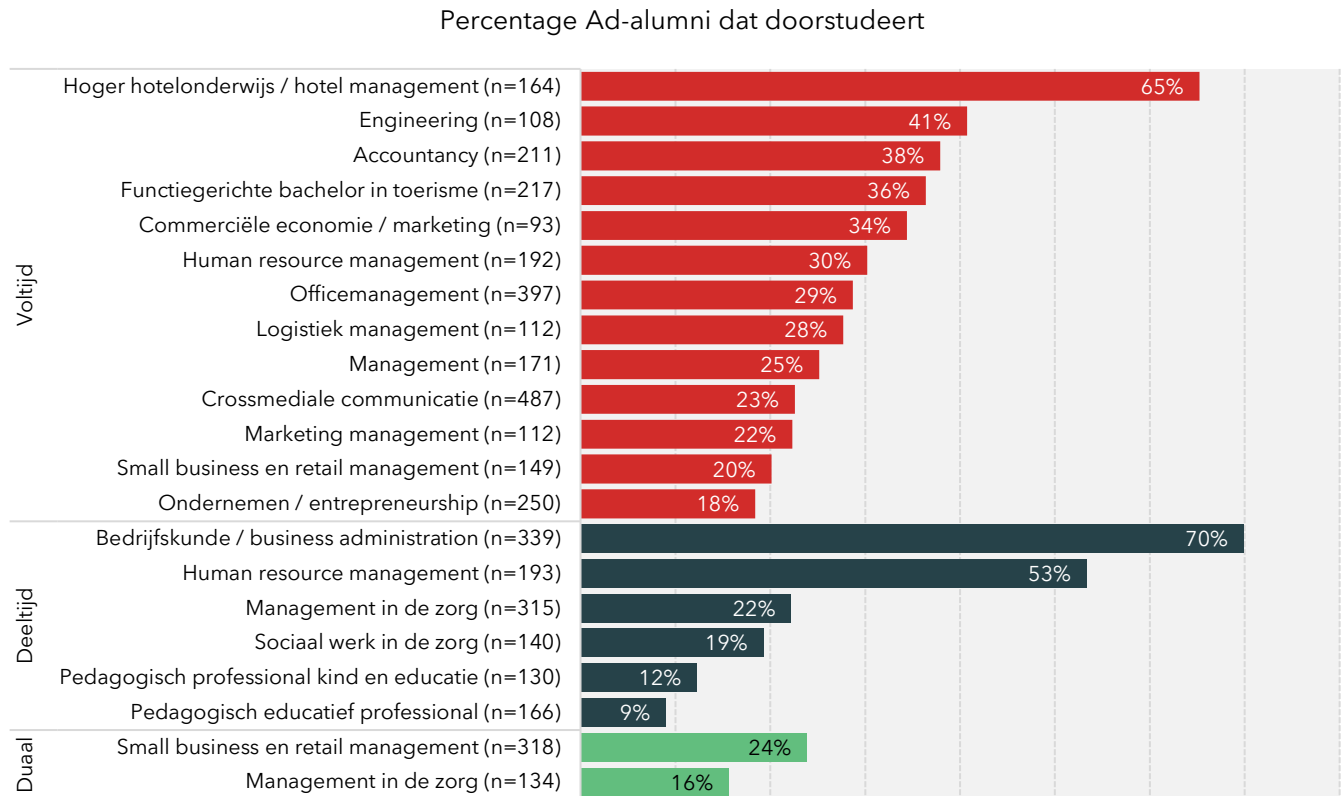
Figuur 4.1 Deeltijd Ad-alumni studeren relatief het vaakst door



Bron: CBS Microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Voor enkele Ad-opleidingen met minstens 50 Ad-alumni in de periode 2017-2018 - 2019-2020 is op opleidingsniveau het aandeel doorstudeerders bepaald. Figuur 4.2 toont die opleidingen en bijbehorende aandelen en legt duidelijke verschillen tussen opleidingen bloot. Zo zijn er drie Ad-opleidingen waar meer dan de helft van de alumni doorstudeert, namelijk bij de deeltijd Ad Bedrijfskunde/business administration (70 procent), de voltijd Ad Hoger hotelonderwijs/hotel management (65 procent) en de deeltijd Ad Human resource management (53 procent). Opleidingen waar minder dan 20 procent van de alumni doorstudeert zijn deeltijd Ad Pedagogisch educatief professional (9 procent), deeltijd Pedagogisch professional kind en educatie (12 procent), dual Management in de zorg (16 procent), voltijd Ondernemen (18 procent) en deeltijd Sociaal werk in de zorg (19 procent). Deze opleidingen leiden op tot werken in een tekortsector, waardoor de arbeidsmarkt mogelijk een relatief hoge pullfactor heeft.

Figuur 4.2 Bij Ad-opleidingen in tekortsectoren studeren relatief weinig alumni door



Bron: CBS Microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Via de alumni-enquête is enige achtergrondinformatie verzameld over de motieven en ervaringen van Ad-studenten die doorstuderen. Ongeveer de helft van de alumni van bekostigde deeltijd/duale en private Ad-opleidingen die volgens eigen zeggen is gaan doorstuderen was dit bij de start van de Ad al van plan (zie Tabel 4.1). Bij voltijdstudenten van publiek bekostigde Ad-opleidingen is dat percentage iets lager, namelijk 39 procent. Doorstudeerders die het bij de start nog niet zeker wisten, overwogen doorstuderen vaak al wel.

Tabel 4.1 Veel Ad-studenten wisten al bij de start dat ze zouden doorstuderen

Wist je al bij de start van je Ad-opleiding dat je daarna zou gaan doorstuderen?	Voltijd (n=146)	Deeltijd/duaal (n=145)	Privaat (n=22)
Ja	39%	51%	50%
Nog niet zeker	54%	44%	32%
Nee	7%	5%	18%

Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

Via de enquête is ook bekend dat de alumni van publiek bekostigde Ad-opleidingen vooral doorstuderen bij dezelfde onderwijsinstelling (ruim 80 procent). Bij de alumni van private Ad-opleidingen lijkt dit een stuk minder vaak voor te komen (44 procent), maar dit is gebaseerd op een te klein aantal doorstudeerders (n=22) om hier harde conclusies op te baseren.

Volgens de alumni die zijn gaan doorstuderen in een bekostigde hbo-bacheloropleiding hoefden de meesten niet aan aanvullende eisen te voldoen om door te mogen stromen (52 procent voor voltijd, 67 procent voor

deeltijd/duaal). De overige doorstudeerders hebben te maken met wisselende eisen. Het meest voorkomend is een intakegesprek, maar ook andere eisen zoals een kennistoets komen soms voor (zie Tabel 4.2).

Tabel 4.2 De meeste doorstudeerders hoefden niet aan aanvullende eisen te voldoen voor toelating tot de hbo-bachelor

Eisen voor doorstroom in hbo-bachelor	Voltijd (n=128)	Deeltijd/duaal (n=129)
Geen	52%	67%
Intakegesprek	32%	13%
Vakken gehaald	10%	8%
Kennistoets	6%	1%
Persoonlijkheidstest	4%	2%
Anders	13%	14%

Bron: Alumni-enquête, Economisch Onderzoek (2021-2022)

De overgang van de Ad-opleiding naar de hbo-bachelor met betrekking tot de inhoudelijke moeilijkheidsgraad vinden de doorstudeerders veelal soepel verlopen (zie Tabel 4.3). Maximaal 10 procent geeft aan dat de overgang (zeer) moeizaam verliep. Veel Ad-alumni hebben het gevoel dat zij hetzelfde niveau hebben als hun studiegenoten in de hbo-bachelor die geen Ad hebben gevolgd (54 procent voor voltijd, 43 procent voor deeltijd/duaal). Weinig Ad-alumni ervaren een achterstand ten opzichte van hun studiegenoten. Respectievelijk 20 en 35 procent van de deeltijd/duale en voltijd-alumni zegt een voorsprong op studiegenoten te hebben.

Tabel 4.3 Doorstudeerders vonden de overgang in moeilijkheidsgraad vaak soepel verlopen

Hoe soepel verliep de overgang naar de hbo-bachelor in termen van de inhoudelijke moeilijkheidsgraad?	Voltijd (n=128)	Deeltijd/duaal (n=129)
Zeer moeizaam	2%	0%
Moeizaam	8%	6%
Niet moeizaam, niet soepel	28%	26%
Soepel	36%	38%
Zeer soepel	26%	30%
Verhouding kennisniveau tot het niveau van studiegenoten in de hbo-bachelor die géén Ad hebben gevolgd	Voltijd (n=128)	Deeltijd/duaal (n=129)
Achterstand	5%	0%
Geen voorsprong, geen achterstand	54%	43%
Voorsprong	35%	20%
Weet niet	6%	37%

Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

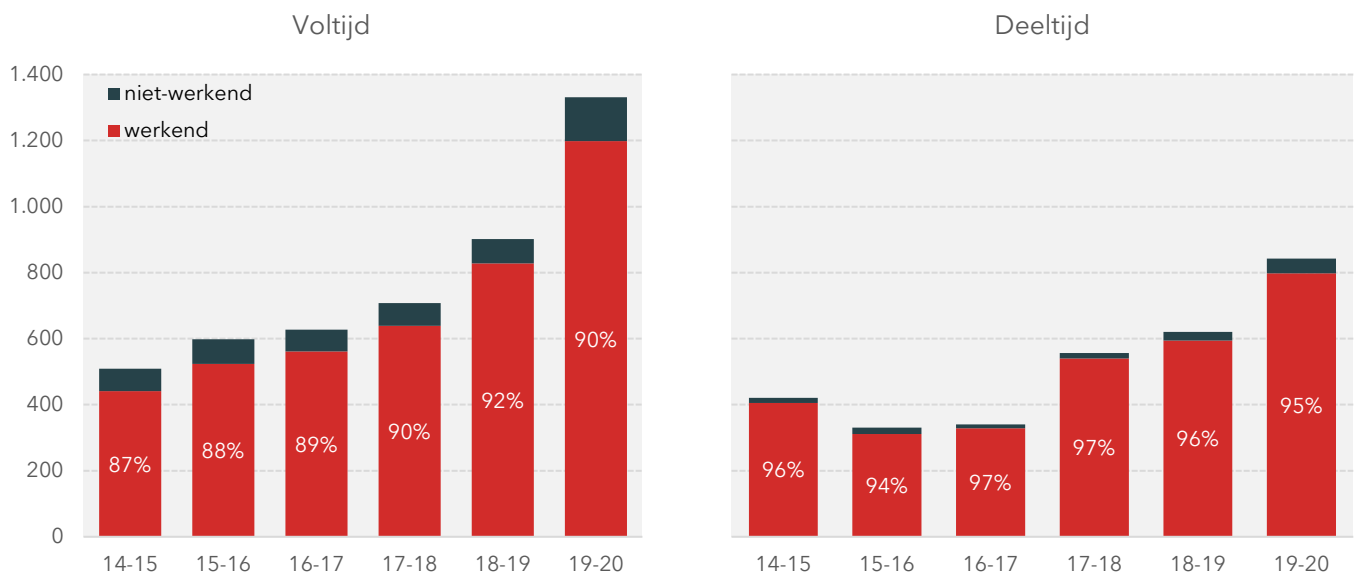
4.2 Arbeidsmarktpositie na afstuderen

Van de alumni die niet doorstuderen na het behalen van de Associate degree werkt het overgrote deel (zie Figuur 4.3). Ook hiervoor geldt dat het aandeel werkenden schommelt over de jaren, maar dat het aandeel werkenden van de deeltijd Ad-alumni (gemiddeld 95 procent) relatief hoger is dan dat van de voltijd Ad-alumni (gemiddeld 90 procent). Over het aandeel werkenden onder duale Ad-alumni kunnen geen cijfers worden getoond, omdat het

aantal niet-werkenden onder hen te laag is.³⁹ Hoogstwaarschijnlijk is het aandeel werkenden onder duale Ad-alumni nog hoger dan onder deeltijd alumni.

In absolute aantallen is het aantal voltijd Ad-alumni dat is gaan werken gestegen van 441 in 2014-2015 naar 1.198 in 2019-2020, een groei van 172 procent. Voor deeltijd Ad-alumni is dit respectievelijk 405 en 798 werkenden (+97 procent). Vanwege het ontbreken van de aantallen werkenden onder de duale Ad-alumni, kan alleen het totaal aantal werkenden onder de voltijd en deeltijd Ad-alumni worden vastgesteld. Bij elkaar is dat absolute aantal werkenden in zes jaar tijd bijna anderhalf keer zo groot geworden.

Figuur 4.3 Van de Ad-alumni die niet doorstuderen werkt het overgrote deel



* Duaal is niet weergegeven vanwege te lage aantallen niet-werkenden.

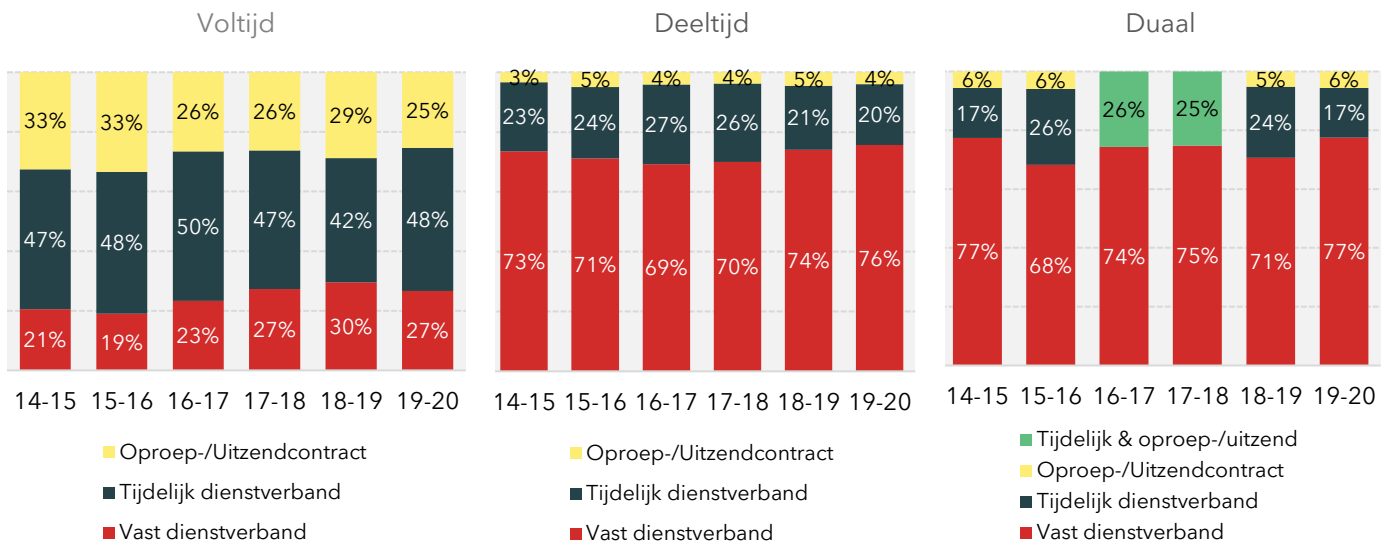
Niet werkenden zijn o.a. personen die werkloos zijn of die in het buitenland zijn gaan wonen/werken.

Bron: CBS Microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Van de werkenden is bekend wat voor soort dienstverband zij hebben (zie Figuur 4.4). Daarin is een duidelijk verschil te zien tussen de alumni van voltijd Ad-opleidingen en de alumni van deeltijd/duale Ad-opleidingen. Ongeveer de helft van de werkenden die de Ad in voltijd hebben gevolgd, heeft een tijdelijk dienstverband en ongeveer een kwart een vast dienstverband. Het overige deel, ook ongeveer een kwart heeft een oproep- of uitzendcontract. Bij de werkenden die de Ad in deeltijd of duale vorm hebben gevolgd, liggen de verhoudingen anders. Circa drie kwart heeft een vast dienstverband en het overgrote deel van de rest een tijdelijk dienstverband. Oproep- of uitzendcontracten komen nauwelijks voor. De verschillen hangen naar alle waarschijnlijkheid samen met het verschil in (relevante) werkervaring tussen voltijd en deeltijd/duale Ad-studenten. Uit de enquêteresultaten van Ad-alumni verderop in dit hoofdstuk, blijkt namelijk dat een groot deel van de deeltijd en duale Ad-studenten na afstuderen bij dezelfde werkgever blijft werken.

³⁹ Bij lage aantallen mogen de cijfers niet geëxporteerd worden buiten de CBS-omgeving.

Figuur 4.4 Werkenden onder deeltijd en duale Ad-alumni hebben circa drie keer zo vaak een vast dienstverband als werkenden onder voltijd Ad-alumni



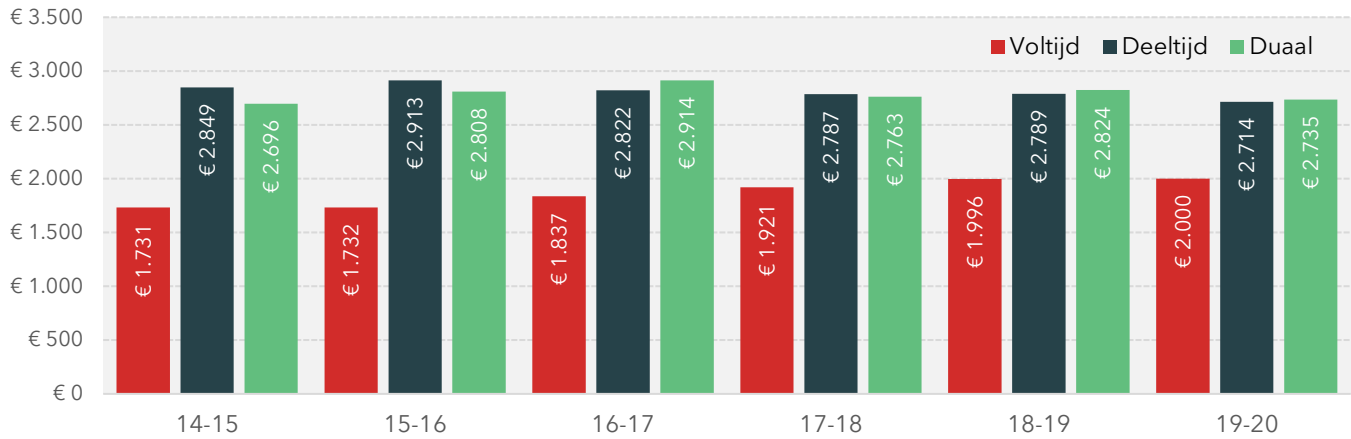
Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Het verschil in (relevante) werkervaring tussen voltijd en deeltijd/duale Ad-alumni lijkt ook tot uiting te komen in het bruto maandloon dat Ad-alumni verdienen. Het mediane bruto maandloon van Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd ligt namelijk lager dan dat van Ad-alumni die in deeltijd of duale vorm hebben gestudeerd (zie Figuur 4.5, onderdeel A). Omdat het maandsalaris mede afhankelijk is van het aantal uur dat een werknemer werkt, is ook naar het mediane bruto uurloon gekeken. Ook dan blijkt dat Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd minder verdienen dan Ad-alumni die in deeltijd of duale vorm hebben gestudeerd (Figuur 4.5, onderdeel B). De beloning van Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd is in de afgelopen zes jaar wel relatief het meest gegroeid. Het mediane bruto maandloon is 16 procent gestegen en het bruto uurloon 7 procent. Onder de deeltijders is een daling te zien (mediane bruto maandsalaris: -5 procent; mediane bruto uurloon: -4 procent) en onder duaal Ad-ers een lichte stijging (mediane bruto maandsalaris en mediane bruto uurloon: +1 procent).

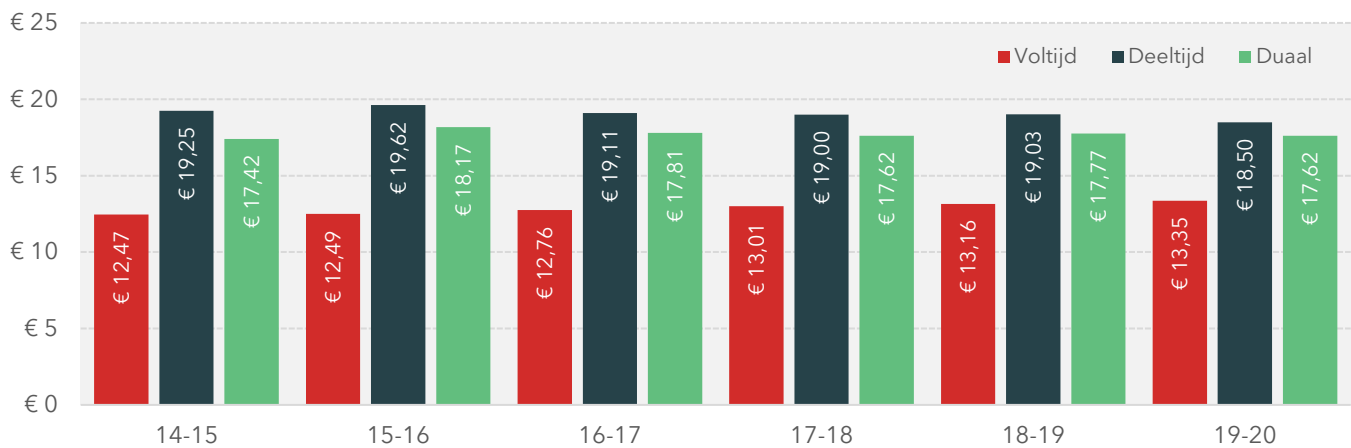
Het mediane salaris is het salaris dat zich in het midden van de verdeling bevindt, wanneer alle salarissen van laag naar hoog zijn gesorteerd. Het mediane salaris geeft een evenwichtiger beeld dan bijvoorbeeld het gemiddelde salaris, omdat gemiddelde salarissen sterk gekleurd kunnen zijn door uitschieters naar boven of beneden. Een werknemer met het mediane salaris wordt ook wel de 'doorsnee' werknemer genoemd.

Figuur 4.5 Zowel het mediane bruto maandloon als het mediane bruto uurloon van Ad-alumni die in voltijd hebben gestudeerd ligt lager dan dat van Ad-alumni die in deeltijd of duale vorm hebben gestudeerd

A. Ontwikkeling van het mediane bruto maandloon



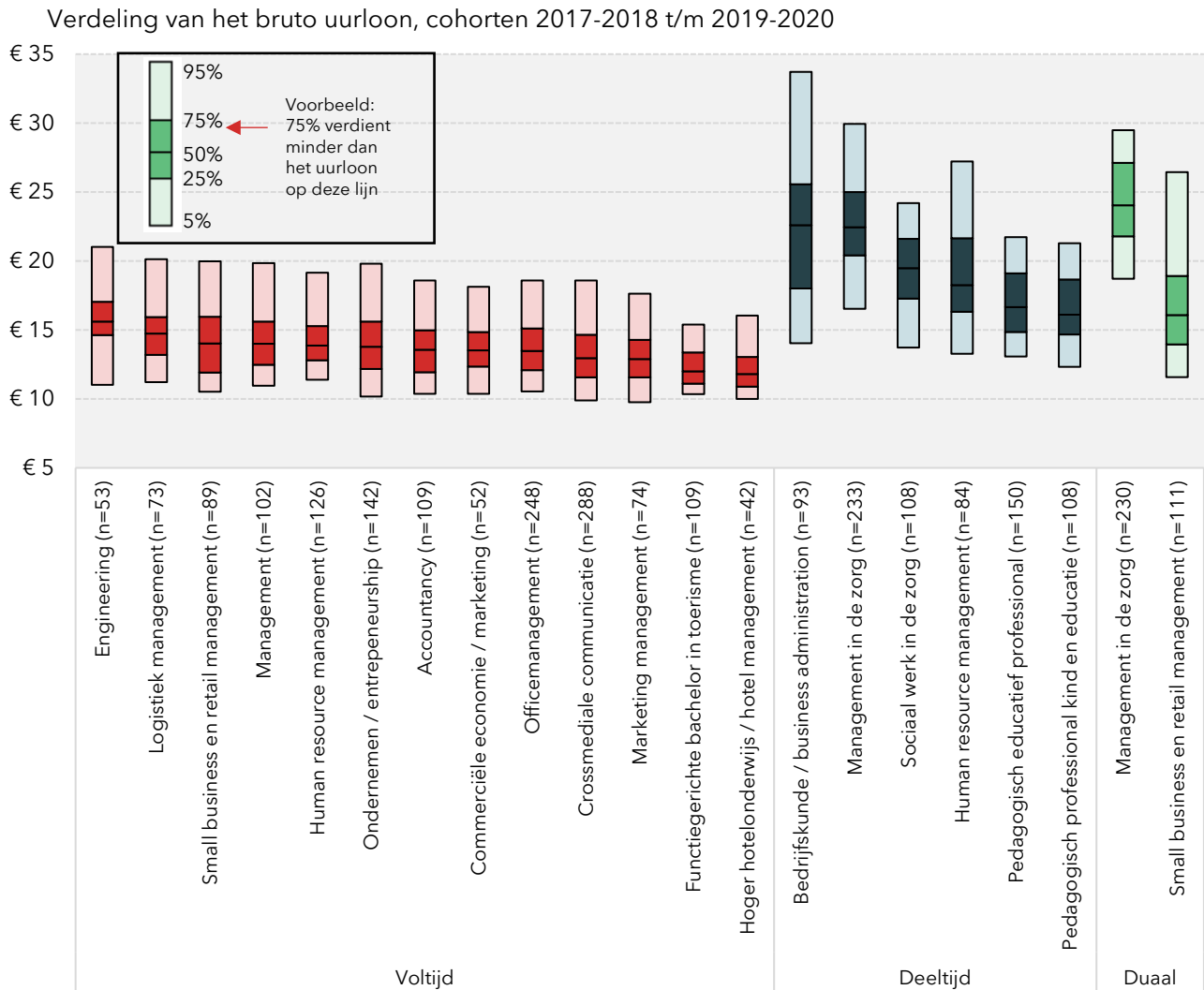
B. Ontwikkeling van het mediane bruto uurloon



Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Tot slot is ook gekeken naar de verdeling van het bruto uurloon per Ad-opleiding die in de afgelopen drie jaar (2017-2018 - 2019-2020) meer dan 50 afgestudeerden hadden. Daaruit blijkt dat de mediane uurlonen van alumni van voltijd Ad-opleidingen relatief dicht op elkaar liggen en dat de variatie ongeveer vergelijkbaar is. Bij de alumni van deeltijd en duale Ad-opleidingen zijn de verschillen in het mediane uurloon en de variatie veel groter, al zijn er minder Ad-opleidingen om onderling te vergelijken. Dit verschil hangt mogelijk samen met het feit dat alumni van voltijd Ad-opleidingen een homogener groep is dan die van deeltijd en duale Ad-opleidingen, bijvoorbeeld op het vlak van (relevante) werkervaring.

Figuur 4.6 De variatie in bruto uurloon is groter bij werkenden die in deeltijd en duale vorm hebben gestudeerd

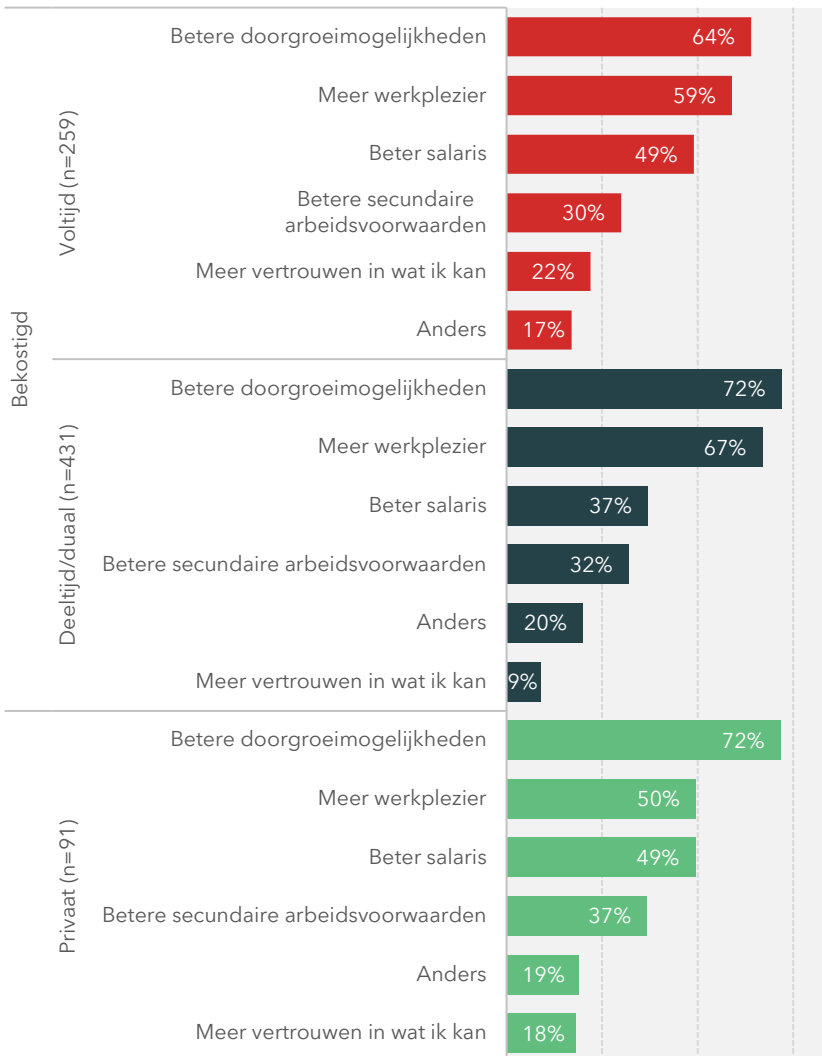


Bron: CBS-microdata, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

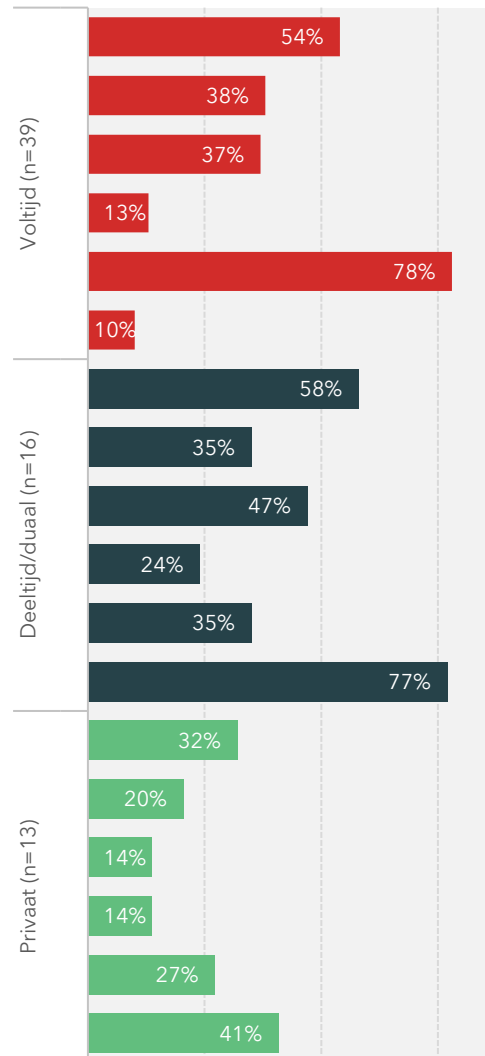
De alumni-enquête geeft informatie over hoe alumni het effect van de Ad op hun werk en arbeidsmarktpositie zelf ervaren. Figuur 4.7 toont aan dat de opbrengsten van de Ad verschillend zijn voor alumni die in loondienst waren tijdens de Ad-opleiding en alumni die geen baan hadden tijdens de Ad-opleiding. Voor alumni in loondienst tijdens de Ad heeft de Ad vooral betere doorgroeimogelijkheden en meer werkplezier opgeleverd. Door alumni van voltijd publiek bekostigde en private Ad-opleidingen is ook regelmatig een beter salaris aangegeven. Meer vertrouwen in eigen kunnen is door relatief weinig alumni in loondienst aangegeven als opbrengst van de Ad. Voor alumni die geen baan hadden tijdens de Ad is dit juist de belangrijkste opbrengst. Ook betere doorgroeimogelijkheden is voor deze groep een belangrijke opbrengst. Voor alumni van private opleidingen is meer vertrouwen ook de meest gekozen opbrengst, maar het percentage is duidelijk lager dan dat voor alumni van bekostigde opleidingen.

Figuur 4.7 De belangrijkste opbrengst van de Ad is betere doorgroeimogelijkheden. Voor alumni zonder baan tijdens de Ad is het vooral meer vertrouwen in eigen kunnen.

**Wat heeft de Ad jou opgeleverd?
In loondienst tijdens Ad**



Geen baan tijdens Ad

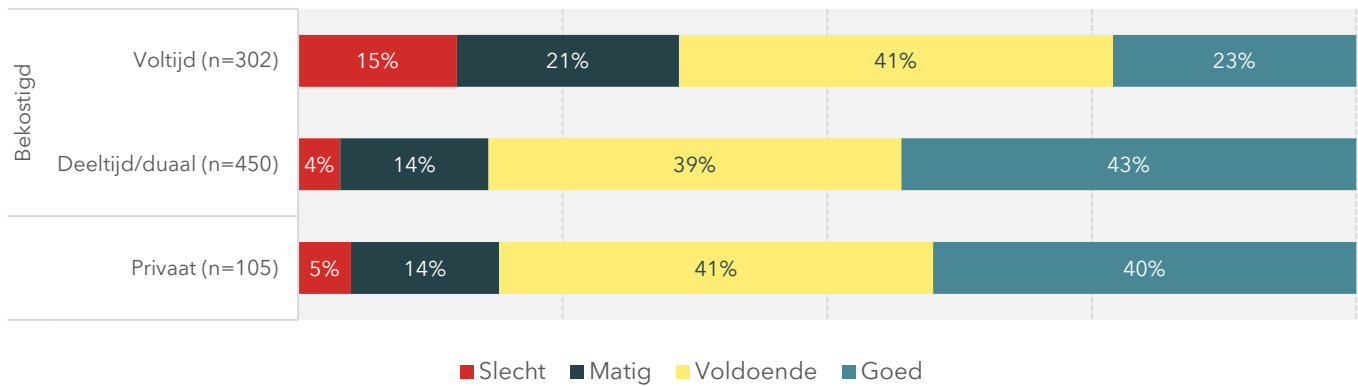


Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

Ongeveer 80 procent van de deeltijd/duale alumni van bekostigde Ad-opleidingen en van de alumni van private Ad-opleidingen vindt dat hun huidige werk voldoende of goed aansluit op hun huidige werk. Slechts 5 procent vindt de aansluiting slecht. Volgens alumni van voltijd bekostigde Ad-opleidingen is de aansluiting op het werk relatief wat minder goed. 64 procent vindt de aansluiting voldoende of goed, 15 procent vindt de aansluiting slecht. Mogelijk zijn zij nog op zoek naar de meest passende baan, aangezien de enquêtes relatief kort na afstuderen zijn ingevuld. Uit de literatuur blijkt dat circa 1,5 jaar na afstuderen een geschikt moment is om de arbeidsmarktpositie van alumni vast te stellen. Voor vele invullers zal deze termijn nog niet behaald zijn. Voor de alumni van bekostigde deeltijd/duale en private Ad-opleidingen is dit minder een probleem, omdat zij hun opleiding vaak al combineren met werk dat inhoudelijk aansluit.

Figuur 4.8 De gevolgde Ad-opleiding sluit meestal voldoende of goed aan op de huidige baan

Hoe is de inhoudelijke aansluiting tussen je huidige werk en je gevolgde Ad-opleiding?



Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

Het minimaal vereiste opleidingsniveau voor de huidige functie die Ad-alumni vervullen is verdeeld (zie Tabel 4.4). In ongeveer een derde van de gevallen is minimaal een hbo-bachelor vereist. Deze alumni werken dus boven hun niveau. Volgens eveneens een derde van de werkende Ad-alumni is minimaal een mbo-opleiding vereist. Deze alumni werken dus onder hun niveau. Op basis van deze antwoorden lijkt het Ad-niveau nog niet erg ingeburgerd op de arbeidsmarkt, iets wat ook in de interviews naar voren is gekomen (zie paragraaf 2.5). Het aandeel alumni dat in een functie werkt waarvoor minimaal Ad-niveau vereist is, zijn 15 procent (voltijd), 22 procent (deeltijd/duaal) en 4 procent (privaat).

Tabel 4.4 Bij een relatief klein deel van de werkenden is Ad-niveau vereist door de werkgever

Minimaal vereiste opleidingsniveau voor huidige functie/werkzaamheden	Voltijd (n=302)	Deeltijd/duaal (n=450)	Privaat (n=105)
Wo-master/hbo-master	1%	0%	1%
Wo-bachelor/hbo-bachelor	31%	35%	36%
Ad	15%	22%	4%
Mbo	25%	33%	33%
Vmbo, havo of vwo	6%	2%	1%
Weet ik niet	22%	8%	15%

Bron: Alumni-enquête, bewerkingen SEO Economisch Onderzoek (2022)

Ruim 70 procent van de alumni van voltijd Ad-opleidingen heeft een andere werkgever na afronden van de Ad. Bij alumni van bekostigde deeltijd/duale opleidingen is dit juist het aandeel dat dezelfde werkgever heeft. Van de alumni van private opleidingen heeft ongeveer de helft een andere werkgever. Het verschil tussen alumni van voltijd en deeltijd/duale Ad-opleidingen is logisch, omdat voltijdstudenten relatief vaak een bijbaan hebben naast hun opleiding tegenover een 'reguliere' baan van voltijd/duale alumni. Dit is ook te zien in de ontwikkeling van het aantal uren besteed aan werk: 83 procent van de alumni van voltijd Ad-opleidingen werkt meer uren na afstuderen ten opzichte van 34 procent van de alumni van deeltijd/duale Ad-opleidingen.

Meer dan de helft van de alumni heeft een andere functie na afronden van de Ad. Ook heeft het merendeel van de alumni nu een hoger uurloon dan tijdens de Ad.

Tabel 4.5 Veel alumni hebben een andere functie en/of een hoger uurloon na de Ad

Vergelijking huidige functie en functie tijdens Ad	Voltijd (n=216)	Deeltijd/duaal (n=424)	Privaat (n=87)
Andere werkgever			
Ja	71%	24%	53%
Nee	29%	76%	47%
Andere functie			
Ja	74%	51%	66%
Nee	26%	49%	34%
Meer uren			
Ja	83%	34%	46%
Nee	17%	66%	54%
Hoger uurloon			
Ja	84%	64%	74%
Nee	16%	36%	26%

Bron: Alumni-enquête, SEO Economisch Onderzoek (2021-2022)

Bijlage A Interviews

Tabel A.1 Overzicht van geïnterviewde Ad-opleidingen

Opleiding/organisatie	Instelling	Domein
Interviews in 2018		
Ad Bedrijfskunde	Avans Hogeschool	Economie
Rijkswaterstaat	Samenwerkingspartner van Avans Hogeschool (werkveld)	Economie
Onderwijsgroep Tilburg (mbo)	Samenwerkingspartner Avans Hogeschool (mbo)	Overkoepelend
Ad Crossmediale communicatie	Hogeschool InHolland	Economie
Ad Human resource management	Hogeschool NCOI	Economie
Ad Sociaal werk in de zorg	Christelijke Hogeschool Windesheim	Gedrag en maatschappij
Frion Gehandicaptenzorg	Samenwerkingspartner van Christelijke Hogeschool Windesheim (werkveld)	Gedrag en maatschappij
Ad Elektrotechniek	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN)	Techniek
Expertisecentrum Duurzaam Elektro Energie	Samenwerkingspartner van Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) (werkveld)	Techniek
Interviews in 2022		
Ad Finance & Control	De Haagse Hogeschool	Economie
Ad Ondernemen	Hogeschool Rotterdam	Economie
Ad Communicatie	Avans Hogeschool	Economie
Ad Hotel Management	NHL Stenden Hogeschool	Economie
Ad Sociaal werk in de zorg	Hanzehogeschool Groningen	Gedrag en maatschappij
Ad Management in de zorg	Hogeschool Leiden	Gezondheidszorg
Ad Pedagogisch Educatief Professional	Christelijke Hogeschool Windesheim	Onderwijs
Ad Integraal Bouwmanagement	Hogeschool Rotterdam	Techniek
Ad Logistiek	Avans Hogeschool	Techniek
Ad Digitale media & techniek	Hogeschool Utrecht	Techniek

Bijlage B Vragenlijst studenten

OPLEIDING

- Volgens de gegevens van DUO stond je per 1 oktober 2020 op de volgende manier ingeschreven:
 - Opleiding: ingevuld volgens gegevens DUO
 - Onderwijsinstelling: ingevuld volgens gegevens DUO
 - Vorm: ingevuld volgens gegevens DUO

Kloppen deze gegevens nog steeds?

- Ja → door naar vraag 4
- Nee, ik ben reeds gestopt → door naar blok UITVAL
- Nee, de opleiding en/of instelling en/of vorm is onjuist

- Kun je aangeven welke gegevens onjuist zijn? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - Opleiding
 - Onderwijsinstelling
 - Vorm
- Zou je de juiste gegevens willen invullen?
 - Opleiding: <zelf invullen>
 - Onderwijsinstelling: <zelf invullen>
 - Vorm: <zelf invullen>

SITUATIE VOOR DE AD-OPLEIDING

- Wat was je situatie vóóordat je aan de Ad begon?
 - Ik werkte
 - Ik studeerde / ging naar school → door naar vraag 6
 - Combinatie van studeren en werken
 - Anders, namelijk <open antwoord> → door naar vraag 8
- Hoeveel jaar werkervaring had je vóóordat je met de Ad begon?
 - Minder dan een jaar
 - 1 tot 3 jaar
 - 3 tot 5 jaar
 - 5 of meer jaar

Werkenden door naar vraag 8
- Welke opleiding volgde je voordat je aan de Ad begon?
 - Een werkgerelateerde cursus → door naar vraag 8
 - Een havo-opleiding → door naar vraag 8
 - Een mbo-opleiding → door naar vraag 8
 - Een andere Ad-opleiding
 - Een hbo-opleiding
 - Een universitaire opleiding
 - Anders, namelijk <open antwoord> → door naar vraag 8
- Heb je een diploma gehaald voor deze opleiding?
 - Nee
 - Ja, een propedeuse
 - Ja, het diploma voor de volledige opleiding

ARBEIDSSITUATIE

De volgende vragen hebben betrekking op jouw arbeidssituatie.

8. Werk je momenteel?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 24

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

9. Sluit de Ad-opleiding die je volgt inhoudelijk aan bij het werk dat je doet?
- Ja
 - Nee
10. Zou je deze baan typeren als een bijbaan naast je studie?
- Ja
 - Nee
11. Hoeveel uur werk je gemiddeld per week?
- <1-60> uur per week
12. Had je deze baan al voordat je met de Ad begon?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 14
13. Was het idee om een Ad-opleiding te gaan volgen afkomstig van je werkgever?
- Ja → door naar vraag 15
 - Nee
14. Weet je werkgever dat je een Ad volgt?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 18
15. Hoe staat je werkgever tegenover het feit dat je een Ad volgt?
- Zeer negatief - zeer positief, 5-punt Likertschaal
 - Weet niet
16. In welke mate betaalt je werkgever de opleidingskosten van de Ad?
- niets - alles, 5-punt Likertschaal
 - weet ik niet
17. Ben je minder uren gaan werken toen je begon met de Ad-opleiding?
- Ja, ... uur per week
 - Nee
18. In welke sector ben je 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:

19. Welke sector is dat?
- Horeca
 - Handel
 - Vervoer en communicatie
 - Industrie

- Overig, namelijk <open antwoord>
20. Hoeveel personen zijn er werkzaam in het bedrijf/de organisatie waarvoor je 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
21. In wat voor soort functie ben je werkzaam? Een korte, heldere omschrijving volstaat.
- <open antwoord>
22. Wat voor soort dienstverband heb je?
- Loondienst
 - Uitzend-, oproepkracht
 - Zelfstandige/freelancer
 - Meewerkend in bedrijf ouders/partner
 - Anders, namelijk <open antwoord>

Indien in loondienst:

23. Wat voor soort contract heb je?
- 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 je keuze voor de Ad.

24. Hoe heb je 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 (deassociatedegree.nl)
 - Website Studiekeuze 123
 - Anders, namelijk <open antwoord>
25. Wat is de belangrijkste reden dat je voor deze Ad-opleiding hebt gekozen?
- <open antwoord>
26. Heb je ook andere opleidingen overwogen?
- Ja
 - Nee → **ga door naar vraag 29**
27. Aan wat voor type opleiding dacht je 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:

28. Waarom heb je 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>

29. Wat was je 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>

30. Hoe goed ben je 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

31. Met welk doel ben je 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>

32. Hoe is het met de bekendheid gesteld van jouw Ad-opleiding?

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

33. Hoe vaak krijg je gezamenlijk onderwijs met hbo-bachelorstudenten?

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

TEVREDENHEID

34. Hoe tevreden ben je over je Ad-opleiding in het algemeen?

- Zeer ontevreden - zeer tevreden, 5-punt Likertschaal
35. Hoe tevreden ben je over de volgende aspecten van je Ad-opleiding? (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 je 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 WERKENDEN**
 - Mate waarin de vakken die je volgt aansluiten bij je baan **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
 - Mate waarin je het geleerde kunt toepassen in je baan **ALLEEN VOOR WERKENDEN**
 - Opdoen van vaardigheden voor de beroepspraktijk
 - Praktijkgerichtheid
 - Contact met de beroepspraktijk (o.a. stages, gastsprekers)
36. Heb je ooit overwogen om te stoppen met je Ad-opleiding?
- Ja
 - Nee → door naar vraag 38
37. Waarom heb je 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

38. In hoeverre sluit het volgen van een Ad-opleiding aan bij de verwachtingen die je ervan had?
- Helemaal niet - helemaal wel, 5-punt Likertschaal
39. Zou je, indien je 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
40. Zou je jouw Ad-opleiding aanraden aan familie, vrienden of collega's?
- Nee, zeker niet - ja, zeker wel, 5-punt Likertschaal

Indien 'nee':

41. Kun je toelichten waarom je je Ad-opleiding (waarschijnlijk) niet zou aanraden?
- <open antwoord>
42. Wat denk je te gaan doen na afronding van je 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>

Door naar blok TOT SLOT

UITVAL

43. Zou je in het kort kunnen aangeven waarom je bent gestopt met je Ad-opleiding?
- open antwoord
44. Kun je aangeven welke van de onderstaande redenen hebben meegespeeld bij je beslissing om te stoppen?
Meerdere antwoorden mogelijk
- 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
45. Had het voorkomen kunnen worden dat je stopte met de Ad-opleiding?
- Nee
 - Ja, namelijk door <open antwoord>
46. Werkte je naast je Ad-opleiding? *Hiermee worden geen stages bedoeld*
- Ja, uur per week
 - Nee
47. Wat is op dit moment je voornaamste bezigheid?
- Betaald werken (ten minste 12 uur per week)
 - Opleiding volgen → **door naar vraag 49**
 - Een combinatie van opleiding volgen en betaald werken
 - Ik heb geen baan, maar ben wel op zoek naar werk → **naar blok TOT SLOT**
 - Ik heb geen baan en ben ook niet op zoek naar werk → **naar blok TOT SLOT**
 - Anders, namelijk <open antwoord> → **naar blok TOT SLOT**

Indien vraag 47 = Betaald werken:

48. Betreft dit dezelfde baan als toen je de Ad volgde?
- Ja
 - Nee

Werkenden door naar blok TOT SLOT

49. Welke opleiding volg je?
- 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

50. Wil je nog iets kwijt over jouw Ad-opleiding dat niet in de enquête aan bod is gekomen?
- <open antwoord>

Bijlage C Vragenlijst alumni

OPLEIDING

- Volgens de gegevens van DUO heb je de volgende Ad-opleiding afgerond:
 - Ad-opleiding: ingevuld volgens gegevens DUO
 - Onderwijsvorm: ingevuld volgens gegevens DUO

Klopt dit?

- Ja → door naar vraag 4
- Nee, ik heb deze Ad-opleiding (nog) niet afgerond → einde vragenlijst
- Nee, de opleiding en/of vorm is onjuist

- Kun je aangeven welke gegevens onjuist zijn? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - Opleiding
 - Onderwijsvorm

- Zou je de juiste gegevens willen invullen?
 - Opleiding: <zelf invullen>
 - Onderwijsvorm: <zelf invullen>

WERKERVARING TIJDENS DE AD

- Werkte je tijdens het volgen van je Ad-opleiding?
 - Ja, ik had een baan die inhoudelijk aansloot bij de Ad
 - Ja, ik had een (bij)baan die niet inhoudelijk aansloot bij de Ad
 - Nee
- Heb je stage gelopen tijdens je Ad-opleiding?
 - Ja, ik heb 1 keer stage gelopen
 - Ja, ik heb meerdere keren stage gelopen
 - Nee, stage maakt geen onderdeel uit van mijn Ad-opleiding → door naar blok HUIDIGE SITUATIE
 - Nee, ik had vrijstelling voor stage → door naar blok HUIDIGE SITUATIE

Indien inhoudelijke baan die aansloot bij de Ad:

- Liep je stage bij de werkgever waar je ook werkte?
 - Ja → door naar vraag 8
 - Nee
- Hoe moeilijk was het voor jou om jouw (laatste) stageplek te vinden?
 - Zeer gemakkelijk
 - Gemakkelijk
 - Niet moeilijk, niet makkelijk
 - Moeilijk
 - Zeer moeilijk

- In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen over jouw (laatste) stage tijdens je Ad-opleiding?

	Zeer on-eens	Oneens	Niet eens, niet on-eens	Eens	Zeer eens
Mijn (laatste) stage sloot inhoudelijk goed aan op mijn Ad-opleiding					
Ik heb veel geleerd tijdens mijn (laatste) stage					
Door mijn (laatste) stage heb ik mijn netwerk vergroot					

9. Op een schaal van 1 t/m 10, hoe tevreden ben je over je (laatste) stage en de stagebegeleiding vanuit het stagebedrijf?

	Cijfer 1-10
Tevredenheid over mijn (laatste) stage in het algemeen	
Tevredenheid over de stagebegeleiding vanuit mijn (laatste) stagebedrijf	

HUIDIGE SITUATIE

10. Welke omschrijving is het beste van toepassing op je huidige situatie?

- Ik volg een opleiding → naar blok VERVOLGSTUDIE
- Ik werk → naar blok HUIDIGE ARBEIDSSITUATIE
- Ik volg een opleiding en werk
- Anders, namelijk <open antwoord> → naar blok TEVREDENHEID

VERVOLGSTUDIE

11. Wat voor opleiding volg je?
- Een hbo-bacheloropleiding
 - Anders, namelijk ...
12. Wist je al bij de start van je Ad-opleiding dat je daarna zou gaan doorstuderen?
- Ja, dat was het plan
 - Nee, ik wist het toen nog niet zeker
 - Nee, ik wilde me volledig concentreren op werk na mijn Ad-opleiding
13. Volg je je huidige opleiding aan dezelfde onderwijsinstelling als waar je de Ad-opleiding volgde?
- Ja
 - Nee
14. Sluit je huidige opleiding aan op de richting van je afgeronde Ad-opleiding?
- Ja
 - Enigszins
 - Nee

Indien 11 == hbo-bacheloropleiding

15. Wat was de resterende studielast in aantal studiepunten (ECTS) op het moment dat je aan de hbo-bachelor begon?
[Getal max. 240]
16. Heb je aan bepaalde eisen moeten doen om in te mogen stromen in de hbo-bachelor? *Meerdere antwoorden mogelijk*
- Nee
 - Ja, ik moest een intakegesprek voeren
 - Ja, ik moest een kennistoets doen
 - Ja, ik moest een persoonlijkheidstest doen
 - Ja, ik moest bepaalde vakken gevolgd hebben
 - Anders, namelijk ...
17. Hoe soepel verliep de overgang van de Ad-opleiding naar de hbo-bachelor in termen van de **eisen** die de hbo-bacheloropleiding stelde (zoals het moeten doen van een toets of het moeten voeren van een intakegesprek)?
- Zeer moeizaam
 - Moeizaam
 - Niet moeizaam, niet soepel
 - Soepel
 - Zeer soepel

Indien 17 = (zeer) moeizaam:

18. Waarom verliep de overgang naar de hbo-bachelor in termen van **eisen** (zeer) moeizaam? *Een korte, heldere beschrijving volstaat*
[open]
19. Hoe soepel verliep de overgang van de Ad-opleiding naar de hbo-bachelor in termen van de **inhoudelijke moeilijkheidsgraad** van de hbo-bacheloropleiding?
- Zeer moeizaam
 - Moeizaam
 - Niet moeizaam, niet soepel
 - Soepel
 - Zeer soepel

Indien 19 = (zeer) moeizaam:

20. Waarom verliep de overgang naar de hbo-bachelor in termen van **inhoudelijke moeilijkheidsgraad** (zeer) moeizaam? *Een korte, heldere beschrijving volstaat*
[open]
21. Hoe verhoudt jouw kennisniveau zich tot het niveau van studiegenoten in de hbo-bachelor die géén Ad hebben gevolgd?
- Ik heb een kennisvoorsprong ten opzichte van de meeste studiegenoten die géén Ad hebben gevolgd
 - Ik heb geen kennisvoorsprong, maar ook geen kennisachterstand ten opzichte van de meeste studiegenoten die géén Ad hebben gevolgd
 - Ik heb een kennisachterstand ten opzichte van de meeste studiegenoten die géén Ad hebben gevolgd
 - Weet ik niet

HUIDIGE ARBEIDSSITUATIE

De volgende vragen hebben betrekking op jouw arbeidssituatie. Indien je meerdere banen hebt, graag de vragen invullen met betrekking tot de baan waarin je de meeste uren werkt.

22. Welke omschrijving is het beste van toepassing op je huidige arbeidssituatie?
- Ik heb een baan
 - Ik heb een eigen onderneming → naar vraag 26
23. Wat voor soort dienstverband heb je?
- Loondienst
 - Uitzend-, oproepkracht
 - Meewerkend in bedrijf ouders/partner
 - Anders, namelijk <open antwoord>

Indien in loondienst:

24. Wat voor soort contract heb je?
- Vast contract
 - Tijdelijk contract met uitzicht op vast
 - Tijdelijk contract zonder uitzicht op vast
 - N.v.t./wil ik niet zeggen
25. Hoeveel personen zijn er werkzaam in het bedrijf/de organisatie waarvoor je 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

26. In welke sector ben je 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:

27. Welke sector is dat?

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

28. Hoeveel uur werk je gemiddeld per week?

- <1-60> uur per week

29. In wat voor soort functie ben je werkzaam? *Een korte, heldere omschrijving volstaat.*

- <open antwoord>

30. Welk opleidings**niveau** werd door je werkgever voor deze functie/werkzaamheden minimaal vereist? *Indien je zelfstandige bent, ga dan na welk opleidingsniveau door de opdrachtgever van je meest recente opdracht vereist werd.*

- Wo-master/Hbo-master
- Wo-bachelor/Hbo-bachelor
- Ad
- Mbo
- Vmbo, havo of vwo
- Weet ik niet

31. Welke opleidings**richting** werd door je werkgever voor deze functie/werkzaamheden vereist? *Indien je zelfstandige bent, ga dan na welke opleidingsrichting door de opdrachtgever van je meest recente opdracht vereist werd.*

- Uitsluitend de richting van mijn gevolgde Ad-opleiding
- De richting van mijn gevolgde Ad-opleiding of een verwante richting
- Een geheel andere richting dan van mijn gevolgde Ad-opleiding
- Geen specifieke richting
- Weet ik niet

32. Hoe is de inhoudelijke aansluiting tussen je huidige werk en je gevolgde Ad-opleiding?

- Slecht
- Matig
- Voldoende
- Goed

OPBRENGSTEN VAN DE AD OP DE ARBEIDSSITUATIE

Indien 4==nee:

Je hebt aangegeven dat je niet werkte tijdens je Ad-opleiding.

33. Hoeveel maanden na het afronden van je Ad-opleiding heb je ongeveer moeten zoeken tot je werk vond?

- [AANTAL] maanden

34. In welke mate heeft het afronden van een Ad-opleiding jou geholpen om een baan te vinden?

- Helemaal niet - helemaal wel, 5-punt Likertschaal
- Weet ik niet

35. Wat heeft de Ad-opleiding jou opgeleverd ten aanzien van je arbeidsmarktsituatie? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Betere doorgroei mogelijkheden
- Meer werkplezier
- Beter salaris
- Betere secundaire arbeidsvoorwaarden
- Meer vertrouwen in wat ik kan
- Anders, namelijk...

Indien 4==ja

Je hebt aangegeven dat je werkte tijdens je Ad-opleiding.

Indien in loondienst:

36. Werk je nu bij een andere werkgever dan de werkgever waar je toen werkte?

- Ja
- Nee

37. Werk je nu in een andere functie dan de functie waarin je toen werkte?

- Ja
- Nee

38. Werk je nu meer uren dan het aantal uren dat je toen werkte?

- Ja
- Nee

39. Verdien je nu per uur meer dan het uurloon dat je toen verdiende?

- Ja
- Nee

40. In hoeverre is het behalen van je Ad-diploma van invloed geweest op de veranderingen?

[van geen invloed, van kleine invloed, van grote invloed]

- Indien 'ja' bij vraag 36: De verandering met betrekking tot werkgever
- Indien 'ja' bij vraag 37: De verandering met betrekking tot functie
- Indien 'ja' bij vraag 38: De verandering met betrekking tot het aantal uren
- Indien 'ja' bij vraag 39: De verandering met betrekking tot het salaris

41. Wat heeft de Ad-opleiding jou opgeleverd ten aanzien van je arbeidsmarktsituatie? *Meerdere antwoorden mogelijk*

- Betere doorgroei mogelijkheden
- Meer werkplezier
- Beter salaris
- Betere secundaire arbeidsvoorwaarden
- Meer vertrouwen in wat ik kan
- Anders, namelijk...

TEVREDENHEID

42. Wat is jouw oordeel over je Ad-opleiding met betrekking tot de **breedte**?
(veel te smal, iets te smal, goed, iets te breed, veel te breed)

43. Wat is jouw oordeel over je Ad-opleiding met betrekking tot de **diepgang**?
(veel te weinig diepgang, iets te weinig diepgang, goed, iets te veel diepgang, veel te veel diepgang)

44. Wat is jouw oordeel over je Ad-opleiding met betrekking tot de **moeilijkheidsgraad**?
(veel te makkelijk, iets te makkelijk, goed, iets te moeilijk, veel te moeilijk)

45. Wat is jouw oordeel over je Ad-opleiding met betrekking tot de **praktijkgerichtheid**?
(veel te theoretisch, iets te theoretisch, goed, iets te praktijkgericht, veel te praktijkgericht)
46. Zou je, indien je 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

TOT SLOT

47. Wil je nog iets kwijt over jouw Ad-opleiding dat niet in de enquête aan bod is gekomen?
- <open antwoord>



“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 winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport 2022-110
ISBN 978-90-5220-227-3

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 © 2022 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit magazine 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.

Roetersstraat 29
1018 WB Amsterdam

+31 20 525 1630
secretariaat@seo.nl
www.seo.nl