

code: pnvsnu.1  
versie: 21.11.90

## **Over certificering en de kwaliteit van plastic koffiebekertjes.**

*Tekst naar aanleiding van de forumdiscussie op 23 november 1990 tijdens de VSNU-conferentie "Wegen na het doctoraal. Ontwikkelingen in het post-initieel onderwijs bij de universiteiten."*

Het thema van deze sessie bestaat uit een vraag welke een tegenstelling suggereert die er volgens mij niet is of, als hij er toch is, niet zou moeten zijn. "Werkt certificering van opleidingen als een middel voor kwaliteitszorg of als bescherming van de beroepsgroep?"

In principe voor beiden, zou ik zo denken. Als de bescherming van de beroepsgroep niet zou gebeuren op basis van kwaliteitszorg, dan wordt zo'n beroepsgroep vroeg of laat getroffen door een vorm van inteelt die de meest onprofessionele praktijken zal voortbrengen.

Wat mij betreft moeten we eerst over kwaliteit gaan praten, dan over de mogelijke rol van certificering daarbij en dan komen we vanzelf uit bij de positie van de beroepsgroep in deze kwaliteitsdiscussie. Maar dat laatste ook inderdaad als laatste, want voor mij wordt 'kwaliteit gedefinieerd vanuit de klant' en het is de vraag of de beroepsgroep altijd de klant is waarop het kwaliteitsbegrip zich moet richten.

### Wie is de klant?

Ik wil in deze sessie dus vooral over 'kwaliteit' praten. Kwaliteit gewaarmerkt door een 'certificaat'; het bewijs van kwaliteit. Maar wat is kwaliteit en hoe valt dat te bewijzen?

Er zijn vele definities van kwaliteit, maar het meeste ben ik gecharmeerd van een definitie welke kwaliteit omschrijft als datgene wat de klant meent dat kwaliteit is. Een kwaliteitsdefinitie die niet door de klant geaccepteerd wordt is op de langere termijn niet houdbaar en werkt als een anti-reclame voor degene die met kwaliteitstermen is gaan schermen. Kwaliteit in deze zin is een uitspraak als: "U krijgt wat wij beloven dat u krijgt". Een certificaat is daarbij een uitspraak die voor derden gebruikt kan worden omdat het stelt "dat degene heeft gekregen wat hij zegt dat hij heeft gekregen."

Maar wie is de klant? In de context van een bijeenkomst over 'post-initieel onderwijs' ligt dat niet erg duidelijk. Ongeveer vier jaar geleden dook voor het eerst de kreet 'post-initieel onderwijs' op en, zoals ik al vreesde, heeft het begrip eerder verhullend dan verhelderend gewerkt. In mijn eigen omgeving, die van de bedrijfsgerichte opleidingsinstituten, kom ik weinig mensen tegen die begrijpend knikken als ik deze term laat vallen. Het vergt de nodige uitleg om duidelijk te maken dat het hier gaat om alle

activiteiten in het hoger onderwijs die zich afspelen na het doctoraalexamen, dus van de meerjarige tweedefase-opleiding tot en met de eendaagse bijspijkerdag voor een verzameling medici. Er is dus veel ontwikkelingswerk te doen als het gaat om het bereiken van de markt van afgestudeerden en dan vind ik het geen goed begin om de onderzoekers- en ontwerpersopleidingen op één hoop te gooien met na-ervaringsonderwijs zoals dat bijvoorbeeld door de organen voor postacademisch onderwijs wordt verzorgd. Want het is niet duidelijk wie de klant is.

### Onderzoekers- en ontwerpersopleidingen

In het geval van de onderzoekers- en ontwerpersopleidingen zal vooral in de richting van de overheid de kwaliteit worden gedefinieerd. Immers, Zoetermeer zal ervoor moeten gaan betalen en is in die zin dus de klant. Men kan zich afvragen of dat goed is, want de uiteindelijke, cq de 'echte' klant is de student, respectievelijk degenen die zo'n student uiteindelijk moet recrutereren. Die hebben op dit moment nog geen geld, of hebben het er nog niet voor over en kunnen dus moeilijk als klant de kwaliteit gaan definiëren. Ik hoop het beste voor de kwaliteitsdiscussie rondom de onderzoekers- en ontwerpersopleidingen, maar met deze onduidelijkheid over wie de klant eigenlijk is, vraag ik me af of de kwaliteit voldoende in de termen van die echte klant zal worden gedefinieerd. Het moge ook duidelijk zijn dat de speelruimte voor het beschermen van allerlei groepsbelangen, ook en vooral die van de beroepsgroep, in deze situatie heel ruim kan zijn.

### Universitair aanbod in een kritische markt

Ik weet onvoldoende van de onderzoekers- en ontwerpersopleidingen af om er meer dan dit soort algemene observaties over te maken. Meer vertrouwd voel ik mij op het terrein van het na-ervaringsonderwijs zoals dat door de universiteiten kan worden verzorgd voor diegenen die zijn afgestudeerd en na enkele jaren werkervaringen interesse hebben gekregen voor een door een universiteit verzorgde opleiding. Ik voel mij hiermee ook meer vertrouwd omdat het duidelijker is wie de klant is. Dat is in ieder geval niet Zoetermeer of het College van Bestuur. De klant is een bedrijf of overheidsinstelling met werknemers met een bepaalde opleidingsbehoefte waarin mogelijk voorzien kan worden door een universiteit. In feite spreek ik, als ik het over deze klant heb, met name over de werkgever, de personeelschef van deze werknemers, want in 9 van de 10 gevallen betaalt die de rekening van de opleiding.

Over deze kwaliteitsdiscussie wil ik het graag hebben, want juist deze werkgevers, deze klanten hebben grote problemen als het gaat om het herkennen van kwalitatief goede opleidingen en een erkenning van opleiding middels een certificaat kan in principe in een grote behoefte voorzien.

Voor mijn eigen organisatie -Stichting de Baak, het management-studie-centrum van het VNO- hou ik bij wat er zoal aan opleidingsbrochures binnenkomt. Ieder van die brochures tracht werknemers van ons bedrijf te interesseren voor het volgen van een bepaalde cursus. Iedere brochure belooft topkwaliteit, geleverd door topdocenten. Een ruwe schatting leert dat we dit jaar ten

minste 900 brochures zullen ontvangen van zo'n 300 opleidingsinstituten. Met veel moeite proberen we er als organisatie voor te zorgen dat al die brochures ten minste even bekeken worden, al was het maar vanuit concurrentie-overwegingen. Maar u zult begrijpen dat de meeste brochures het 'ronde archief' in zullen gaan.

Een meer neutrale bron -CEDEO- identificeerde in 1989 ruim 1500 opleidingsinstituten. Volgens een rapport van Moret & Limberg zijn deze 1500 instituten werkzaam in een markt met een omvang van 3,5 a 4 miljard gulden. Ik twijfel sterk aan de juistheid van dit soort getallen, maar in ieder geval geeft het aan dat er sprake is van een markt met een behoorlijk grote omvang en een markt met een bijzonder versnipperd aanbod. De drempel om met een opleidingsprodukt de markt op te gaan lijkt zeer laag te zijn.

### Een ontmoedigend perspectief

En temidden van dit gigantische aanbod begeeft zich het aanbod van universitaire cursussen en evenementen. Een ontmoedigend perspectief.

Denkt u zich de positie in van een werkgever -de klant- die moet kiezen uit het enorme aanbod en daarbij een opleiding van een universiteit aantreft. Op welke basis neemt u aan dat zo'n werkgever überhaupt de moeite zal nemen om uw brochure in te zien? En als hij dat toch doet, hoe geeft u hem dan voldoende vertrouwen in de kwaliteit van het universitaire produkt om hem voor uw produkt te laten kiezen? Ik kan u verzekeren dat er in geen enkele andere marktsector zoveel mooie beloften worden gedaan over de heilzame werking van het produkt. Er is dus terecht veel wantrouwen en een navenante behoefte aan kwaliteitsgaranties. Waarom zou zo'n werkgever voor een universitair produkt kiezen? Welke kwaliteitsgaranties zijn er? Op dit moment nog geen enkele. Vandaar dat ik het idee van certificering van post-initieel onderwijs -toegespitst op het na-ervaringsonderwijs- zo interessant en belangrijk acht.

### Drie kwaliteitsaspecten

Hoe zou deze certificering dan moeten worden aangepakt? Het gaat dus allereerst om het geven van een garantie op die kwaliteitsaspecten die voor een potentiële klant voldoende houvast geven dat het krijgt wat het verwacht te zullen krijgen. En welke aspecten zijn dit? Voor deze discussie wil ik drie kwaliteitsaspecten onderscheiden: inhoudelijke, didactische en organisatorische aspecten.

### Een inhoudelijk kwaliteitsoordeel?

Bij discussies rondom certificering, zeker in het wetenschappelijke circuit, zal in eerste instantie de meeste aandacht uitgaan naar de inhoudelijke kant. Als we de klant de verwachting geven dat het een produkt krijgt dat is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek en onderwijs, lijkt dat niet meer dan logisch te zijn.

Er zijn echter de nodige problemen met het leggen van een accent op de inhoudelijke kant van het produkt. En deze hebben lang niet alleen van doen met de eeuwige vraag "wat is kwaliteit?". Citaten tellen helpt immers niet veel in onderwijssituaties. De wetenschappelijke kwaliteit van opleidingsprodukten is inderdaad problematisch, maar dat is niet de kern van het probleem met de inhoudelijke kant van een opleiding. Het probleem is, dat de gemiddelde klant niet beslist op basis van de wetenschappelijke kwaliteit van een opleidingsprodukt, ook niet, of juist niet, als het door een universiteit op de markt wordt gebracht. Het 'imago' van de universiteit fungeert als een soort stoorzender als het gaat om de beoordeling van de inhoudelijke kwaliteit.

### Een ambivalent imago

Een universiteit heeft een tweeslachtig, ambivalent imago in de markt. Enerzijds kijkt de gemiddelde klant er hoog tegenop en is bang de stof niet te zullen 'snappen', anderzijds wordt op wetenschappers neergekeken omdat het allemaal zo onpraktisch is waar ze mee komen.

Vertaald naar de markt, betekent dit dat universitaire opleiding een hoog prestige, maar lage deelnemersaantallen hebben (en dus slecht renderen). De enige uitzonderingen op die regel zijn de sectoren waarin de universiteiten een monopoliepositie hebben, doorgaans in de sfeer van bijscholing van beroepsgenoten. Ontbreekt deze bescherming, dan is de inhoudelijke kwaliteit van post-initieel onderwijs een problematisch gegeven. De gemiddelde klant weet niet hoe het de inhoudelijke, cq wetenschappelijke kwaliteit van de opleiding moet beoordelen of doet dat op basis van een verkeerde beeldvorming. Mijn ervaring is, dat naar mate de wetenschappelijke kwaliteit van het opleidingsprodukt moeilijker door de klant te beoordelen is, deze klant geneigd zal zijn des te harder af te rekenen op de 'praktische toepasbaarheid' van hetgeen in de opleiding aan de orde komt. Daarmee gaat het universitaire produkt concurreren met de produkten uit de commerciële sector en dat is een strijd die het niet snel zal winnen. Op dit moment heb ik de neiging bij een kwaliteitsdiscussie pas in laatste instantie over de inhoudelijke kant te gaan praten. Certificering van de wetenschappelijke waarde van een universitaire opleiding slaat de plank dus mis.

### Didactische oplossingen?

Diegenen die serieus werken aan de kwaliteit van het universitaire produkt kennen het ambivalente beeld dat de universiteit in de markt heeft. Zij besteden dan ook veel aandacht aan de 'vertaalslag' van wetenschappelijke inzichten naar de praktijk van de klant. Meestal doen zij dit via de didactische formule van de opleiding; door het inhuren van organisatie-adviseurs en praktijkdocenten voor onderdelen van het programma. Cases en allerlei vormen van interactieve lesvormen zijn populair.

Op zichzelf is dat natuurlijk uitstekend - het zou veel meer moeten gebeuren en niet alleen in het postinitieel onderwijs. Toegespitst op de mogelijkheden voor certificering zijn er echter twee valkuilen.

De eerste heeft te maken met de observatie dat het navolgen van de didactische methoden zoals die in de commerciële sector al vele jaren gemeen goed zijn, niet direct veel onderscheidend vermogen zal opleveren voor het universitaire produkt. Als universiteiten zijn we eenvoudig nog niet goed in het hanteren van moderne didactische methoden om op die basis certificaten te gaan verstrekken. De universiteiten zouden zich belachelijk maken.

De tweede heeft te maken met de natuurlijke verschuiving die optreedt bij het leggen van een accent op de praktische vertaalbaarheid van hetgeen onderwezen wordt. De binding van het produkt met de wetenschappelijke basis is snel ver te zoeken. De 'theoretische verhandelingen' scoren onveranderlijk laag in de evaluaties en dan is de verleiding groot meer praktijkcases toe te voegen. Ik ken te veel opleiding waar docenten van de universiteit aan verbonden zijn, maar waar in wezen niets wetenschappelijks meer aan te ontdekken is. Ik begrijp dat heel goed en op de kwaliteit van zo'n produkt valt vanuit het perspectief van de klant weinig af te dingen. Maar het heeft weinig te maken met de certificering van 'post-initieel onderwijs'.

De didactische kwaliteiten van een opleiding zijn dus problematisch als basis voor de certificering van post-initieel onderwijs. Een aantal didactische kwaliteitseisen kunnen en moeten wel degelijk worden gesteld (interactief onderwijs, een minimaal aantal dagdelen voor de noodzakelijke verdieping van het gebodene), maar kunnen hoogstens aanvullend worden gesteld.

#### Oordelen op organisatievermogen

Tenslotte dan certificering op basis van de organisatorische kwaliteiten van een post-initiële opleiding. Hier zie ik wel degelijk een basis voor een succesvolle introductie van certificaten als bewijs voor de kwaliteit van een opleiding, 'dat men heeft gekregen wat men belooft heeft te zullen krijgen'.

De reputatie van universiteiten als het gaat om de organisatorische kwaliteit van haar produkten is ronduit slecht. Of het nu gaat om de verzorging ('het plastic koffiebekertje'), de faciliteiten ('hoe durven ze me weer in een collegebank te stoppen'), of om de financiële afwikkeling ('na drie maanden nog geen rekening betaald'), de reputatie is zowel bij de klanten als bij de docenten slecht tot zeer slecht. Wat voor een student nog acceptabel wordt gevonden, is dat voor iemand die op zijn of haar werk de nodige faciliteiten gewend is niet meer.

In deze slechte reputatie liggen mogelijkheden gelegen voor universitaire produkten die middels hun certificering te kennen geven dat zij wel zorgvuldig met hun klantrelatie omgaan, doordat zij bijvoorbeeld wel goede contracten afsluiten, een nette verzorging bieden in een goed geoutilleerde omgeving en snel op de wensen van de klant reageren. Deze certificering kan ook duidelijk maken dat de aanbieder van plan is ook langere termijn kwaliteit te leveren (alleen certificering van opleidingen die minstens tweemaal gegeven worden) en die de kwaliteit van de opleiding ook zorgvuldig bewaakt (regelmatige evaluaties).

We hebben het dus over meetbare kwaliteit. Certificering kan daarmee een uitspraak zijn dat men controleerbaar aangesproken kan worden op het nakomen van de kwaliteitseisen.

In een tijd waarin de beloften die in opleidingsbrochures worden gedaan doorgaans niet te controleren zijn, hebben de universitaire

aanbieders van opleidingen er ontzettend veel mee te winnen om zich op harde kwaliteitscriteria te laten meten. Niets zal het imago van de universiteiten meer goed kunnen doen. Kwaliteitsbeloften op organisatorisch terrein lenen zich hier het beste voor.

Ingewijden weten dat de criteria die zijn gehanteerd voor de opname van post-initiële opleidingen in de database van Asperslagh aanmerkelijk soepeler zijn. Dat is één van de redenen waarom ik van het effect van deze database niet veel verwacht.

### Bescherming van de beroepsgroep

Ten aanzien van de vraag of certificering werkt als bescherming van de beroepsgroep heb ik mij rond het thema van onderzoekers- en ontwerpersopleiding al wat twijfelend uitgelaten. Natuurlijk kan certificering werken als bescherming van de beroepsgroep. De vraag is of dat ook verstandig is.

Kijk ik naar de ervaringen die de verschillende organen voor post-academisch onderwijs hebben opgedaan met de vertegenwoordiging van beroepsgroepen in hun bestuur, dan denk ik dat bij de organen van de disciplines waarin er geen sprake is van een sterk besloten beroepsgroep de invloed van de vertegenwoordigers van de beroepsgroep positief beoordeeld kan worden, omdat ze vaak de stem van de praktijk vertegenwoordigden en een soort tegenwicht kunnen bieden tegen de sterk intern gerichte stammenstrijd tussen de verschillende universiteiten. In de organen waarbij er sprake is van een sterk gesloten beroepsgroep -met met name denk ik aan de medici- zie je de andere kant van de medaille. Daar zie je dat het de vertegenwoordigers van de beroepsgroepen zijn die te sterk gericht zijn op de eigen beperkte belangen en onvoldoende open staan voor veranderingen van buiten. Het PAO-Geneeskunde stelt tegenwoordig nauwelijks meer iets voor en dat komt voor een groot deel omdat het is verscheurd door de strijd van de specialistenverenigingen en de huisartsenverenigingen. De universiteiten hadden het daarbij te druk met zichzelf om hun gezamenlijk belang te zien. De farmaceutische industrie is ten slotte als lachende derde uit de strijd te voorschijn gekomen. Dat is dus een voorbeeld van hoe het niet moet.

Certificering moet primair gericht zijn op het garanderen van een zo hoog mogelijke kwaliteit voor de klant. De beroepsgroep heeft daar een vanzelfsprekend belang bij en dient dus betrokken te worden bij elke discussie over de kwaliteit van post-initieel onderwijs. Maar de beslissende vraag blijft steeds: wie is de klant? Als de klant voorbij de beroepsgroep moet worden gezocht -bijvoorbeeld de patient van een arts- dan moet de kwaliteitseisen die aan de certificering ten grondslag liggen daar op worden gericht en nergens anders op.

Drs. D.P. Noordhoek

21 oktober 1990.