

De voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA Den Haag

Den Haag
22 maart 2004

Ons kenmerk
HO/BS/2004/11207

Onderwerp
vragen van de leden Van Dam en Tichelaar

Bijlage(n)
Antwoorden

Hierbij zend ik u, het antwoord op de vragen van de leden Van Dam en Tichelaar van uw kamer inzake het door de Katholieke Universiteit Nijmegen (KUN) uit haar universiteitsblad weren van advertenties van andere universiteiten.

De vragen werden mij toegezonden bij uw bovenaangehaalde brief met kenmerk 2030408410

De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

(drs. Annette D.S.M. Nijs, MBA)

Antwoorden op de schriftelijke vragen van de leden Van Dam en Tichelaar (beiden PvdA) van de Tweede Kamer der Staten-Generaal aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (ingezonden d.d. 17 februari 2004 kenmerk 2030408410)

1. Vraag:

Bent u op de hoogte van de berichten dat de Katholieke Universiteit Nijmegen (KUN) advertenties van andere onderwijsinstellingen uit haar universiteitsblad weert?

Antwoord:

Ja

2. Vraag:

Wat vindt u ervan dat een universiteit op deze wijze andere universiteiten dwarszit in het werven van studenten?

Antwoord:

Beleid rond marketing en wervingsstrategieën behoort tot de autonomie van instellingen. In dit geval is dat een zaak van de universiteit respectievelijk universiteiten onderling. Mijn zorg als staatssecretaris is een goede voorlichting aan studenten. Een advertentie vervult daarbij slechts een betrekkelijke rol. Een advertentie kan niet worden beschouwd als een instrument voor objectieve informatieverstrekking aan studenten. Per definitie is een advertentie gekleurd en in het belang van de adverteerder.

3. Vraag:

Vindt u het gepast dat de KUN haar studenten informatie onthoudt op basis waarvan zij een keuze kunnen maken voor de instelling, waar zij na het behalen van hun bachelordiploma, hun masteropleiding volgen.

Antwoord:

Naar mijn mening is er geen sprake van het onthouden van informatie aan studenten die zij nodig hebben om een verantwoorde keuze te kunnen maken voor de instelling waar zij de masteropleiding willen volgen. Zoals in het antwoord op vraag 2 al is aangegeven, is een advertentie vooral een middel in het kader van de marketing en werving van studenten. Navraag bij de Katholieke Universiteit Nijmegen leert dat de universiteit verschillende activiteiten ontplooit om bachelorstudenten actief en systematisch voor te lichten over de mogelijke masteropleidingen, zowel binnen de eigen universiteit als bij andere universiteiten. Ook is de Katholieke Universiteit Nijmegen nauw betrokken bij plannen van de gezamenlijke Nederlandse universiteiten voor een op elkaar afgestemde voorlichting inzake masteropleidingen.

4. Vraag:
Acht u dit in overstemming met het beginsel van het bachelor-masterstelsel, dat studenten na het behalen van hun bachelordiploma eenvoudig kunnen overstappen naar een masteropleiding?

Antwoord:

Ik ondersteun volledig de stelling dat studenten na het behalen van hun bachelordiploma eenvoudig (met behoud van de kwaliteit van de opleiding) moeten kunnen overstappen naar een masteropleiding, zowel binnen de eigen universiteit als bij een andere universiteit. Het advertentiebeleid van de Katholieke Universiteit Nijmegen is daarbij niet relevant.

5. Vraag:
Bent u van plan de KUN hierop aan te spreken?

Antwoord:

Nee. Ik verwijst naar hetgeen ik hierboven heb uiteengezet.