



>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Ontvangen: 6 oktober 2023

2023/084--

Hogeschool Rotterdam
T.a.v. het College van Bestuur
Postbus 25035
3001 HA ROTTERDAM

**Hoger Onderwijs en
Studiefinanciering**
Rijnstraat 50
Den Haag
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Onze referentie
41293439

Bijlagen
1

Datum 6 oktober 2023
Betreft Besluit macrodoelmatigheid hbo-masteropleiding Sportmarketing en
Management

*Als u belang hebt bij dit besluit,
dan kunt u hiertegen binnen 6
weken, gerekend vanaf de
verzenddatum, bezwaar maken.
Stuur uw bezwaarschrift naar
DUO, Postbus 30205, 2500 GE
Den Haag. U kunt uw bezwaar
ook digitaal indienen op
www.bezwaarschriftenocw.nl.*

Geacht bestuur,

Met de brief van 30 juni 2023, door de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs (hierna: CDHO) ontvangen op 30 juni 2023, hebt u mij het voornemen voorgelegd om de hbo-masteropleiding Sportmarketing en Management als bekostigde opleiding te verzorgen in Rotterdam.

Advies CDHO

De CDHO heeft mij bij brief van 11 september 2023, kenmerk 2023/084, negatief geadviseerd over uw aanvraag. Dit advies, dat integraal deel uitmaakt van dit besluit, treft u hierbij aan.

Besluit

Gelet op het bovengenoemd advies van de CDHO, het bepaalde in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (hierna: WHW) en in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs (hierna: Regeling), heb ik besloten niet in te stemmen met uw voornemen om de hbo-masteropleiding Sportmarketing en Management als bekostigde opleiding te verzorgen in Rotterdam.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor mijn besluitvorming is gelegen in artikel 6.2 van de WHW. Voorts is de Regeling leidraad geweest voor mijn afwegingen.

Motivering

Overeenkomstig het advies van de CDHO concludeer ik dat uw aanvraag voldoet aan criterium a van artikel 4, eerste lid, van de Regeling, maar niet aan criterium b, eerste lid van dat artikel van de Regeling. Voor de nadere motivering verwijs ik u naar het advies van de CDHO.

Een afschrift van deze brief is verzonden aan de CDHO, de NVAO, DUO-Groningen, de Inspectie van het Onderwijs en de VH.

Onze referentie
41293439

Met vriendelijke groet,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
namens deze,
de directeur Hoger Onderwijs en Studiefinanciering,

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. de Minister
Dhr. dr. R.H. Dijkgraaf
Postbus 16375
2500 BJ DEN HAAG

Postadres
Postbus 85498
2508 CD Den Haag
Bezoekadres
Parkstraat 83
2514 JG Den Haag
T: 070 8505300
W: www.cdho.nl
E: info@cdho.nl

Subject
Onderwerp
Nieuwe opleiding
Hogeschool Rotterdam
Voltijd en deeltijd hbo master
Sportmarketing en Management
Rotterdam

Reference
Ons Kenmerk
2023/084

Date
Datum
11/09/2023

Geachte heer Dijkgraaf,

Op 30/06/2023 heeft de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs het voornemen ontvangen van de Hogeschool Rotterdam om de hbo master Sportmarketing en Management als bekostigde opleiding te verzorgen te Rotterdam (brief van 30/06/2023 met kenmerk U0361-2023/6.10.1/RB/MT). De aanvraag was voorzien van alle voor de beoordeling benodigde gegevens en is door de commissie in behandeling genomen. Omwille van de zorgvuldige besluitvorming heeft de commissie op 10/08/2023 de beslistermijn verlengd tot 23/10/2023.

Advies Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs

Gelet op het hiernavolgende adviseert de commissie u om negatief te besluiten op het verzoek van de Hogeschool Rotterdam om de hbo master Sportmarketing en Management als bekostigde opleiding te Rotterdam te verzorgen.

Beoordelingskader

De wettelijke grondslag voor dit advies is gelegen in art. 6.2 van de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW). Voorts heeft de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018, verder te noemen de Regeling, voor de commissie als leidraad gediend. Het beoordelingskader treft u in de bijlage bij dit advies aan.

Omschrijving van de aanvraag

De aanvrager wil de reeds in onbekostigde vorm (aangeboden door Wagner Group Graduate School bv) bestaande opleiding Sportmarketing en Management in Rotterdam laten bekostigen. Het gaat om een Nederlandstalige hbo master die de aanvrager in het Croho onderdeel Economie wil laten registreren. De opleiding omvat 60 studiepunten en de aanvrager wil deze in voltijd en deeltijd aanbieden (de onbekostigde vorm wordt in deeltijd aangeboden).

De master Sportmarketing en Management bestaat uit een praktijkgericht curriculum waarin de student zich verdiept in sportmarketing en management op het gebied van waarde creatie, positionering van de organisatie en marketingcommunicatie. De focus ligt op organisaties die sport als doel hebben of sport als middel inzetten om waarde te creëren. De vakken die in het beoogde curriculum aan bod komen zijn (1) de sportwereld van de toekomst, (2) sport en duurzaamheid, (3) sport en digital, (4) sport en leiderschap.

De opleiding is toegankelijk voor studenten met een afgeronde bacheloropleiding (hbo of wo) die gerelateerd is aan bedrijfskunde of voor werkenden vanuit de praktijk.

Afgestudeerden van de opleiding kunnen posities bekleden binnen verschillende private en publieke organisaties zoals bonden en verenigingen, in de topsportsector, de overheid, commerciële sportorganisaties, en bij sportsponsors. Afgestudeerden van de opleiding kunnen daarbij functies als projectmanager marketing, partnershipmanager, duurzaamheidsmanager, digital marketeer, teammanager en beleidsadviseur uitoefenen.

Motivering

De aanvraag voldoet naar mening van de commissie aan criterium a, maar niet aan criterium b in art. 4 lid 1 van de Regeling. De kern van de afwijzing berust op de constatering dat de bestaande verwante opleidingen reeds kunnen voorzien in de geringe arbeidsmarktbehoefte die de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt.

Beoordeling criterium a

De aanvrager stelt dat de hbo master Sportmarketing en Management aansluit op een arbeidsmarktbehoefte in combinatie met een maatschappelijke behoefte.

Beoordeling arbeidsmarktbehoefte

Ter onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de hbo master Sportmarketing en Management verwijst de aanvrager naar de prognoses voor de beroepsgroepen zoals deze zijn opgenomen in ROA's Arbeidsmarktinformatiesysteem (AIS), de Spanningsindicator van het UWV (www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator), het rapport 'Kansrijke Beroepen' van het UWV (2022), 'Kansrijke Beroepen: Rijnmond' van het UWV (2022), de website van de Nationale Beroepengids (www.nationaleberoepengids.nl), de website van RijnmondInZicht (www.RijnmondInZicht.nl), het rapport 'The Future of Jobs Report' van het World Economic Forum (2020), het rapport 'Arbeidsmarktanalyse Sport 2019: Stand van zaken en ontwikkelingen op de arbeidsmarkt van de sportsector' van het CAOP (2020), het rapport 'Toekomstverkenning arbeidsmarkt sport en bewegen' van het Mulier Instituut (2021), het akkoord 'Hoofdlijnen Sportakkoord II: Sport Versterkt' van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Vereniging Nederlandse Gemeenten, Vereniging Sport en Gemeenten, NOC*NSF en het Platform Ondernemende Sportaanbieders (2022), de 'Human Capital Agenda Sport' van de Rijksoverheid (2021), het rapport 'Arbeidsmarkt Sport en Bewegen 2020' uitgevoerd door Lexnova in opdracht van NOC*NSF (2021), het arbeidsmarktonderzoek 'Marktpotentieel MBA SportMarketing & Management Hogeschool Rotterdam' dat door Lexnova is uitgevoerd in opdracht van de aanvrager (2023) en vijf adhesiebetuigingen (2023).

De aanvrager beroept zich niet op de opleidingstypen van het ROA. De commissie kent in beginsel meer gewicht toe aan de prognoses voor opleidingstypen omdat daarin de uitstroom uit een cluster verwante opleidingen wordt gerelateerd aan verwachte baanopeningen voor dit type afgestudeerden. De commissie constateert echter dat de voorgenomen hbo master Sportmarketing en Management zich bevindt op het snijvlak van meerdere vakgebieden en dat geen enkel opleidingstype in ROA's systematiek zoveel verwante opleidingen bevat dat de prognoses voor deze opleidingstypen representatief geacht kunnen worden voor de master Sport Business and Leadership. De commissie constateert dat de beoogde opleiding niet goed past binnen de opleidingstypen van het ROA. De commissie laat ROA's prognoses voor deze opleidingstypen dan ook buiten beschouwing.

De aanvrager beroept zich op prognoses uit het AIS van het ROA voor de beroepsgroepen

(1) managers verkoop en marketing, (2) adviseurs marketing, public relations en sales, (3) beleidsadviseurs en (4) managers commerciële en persoonlijke dienstverlening.

De commissie acht met de aanvrager de beroepsgroep managers verkoop en marketing ten dele relevant omdat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding in aanmerking komen voor functies binnen deze beroepsgroep, zoals managers reclame en public relations, bij organisaties die gerelateerd zijn aan sport. Uit de prognoses van het ROA blijkt dat er voor deze beroepsgroep grote knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening worden verwacht (zie Tabel 1).

Tabel 1: Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep managers, verkoop en marketing

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Gem.		Typering
				Totaal	jaarlijks	
			% 6 jr.	%		
Managers verkoop en marketing	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		2900	5	0.9	gemiddeld
Managers verkoop en marketing	verwachte vervangingsvraag tot 2026		3900	7	1.2	erg laag
Managers verkoop en marketing	verwachte baanopeningen tot 2026		6800	13	2	erg laag
Managers verkoop en marketing	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.872				groot

Bron: ROA, AIS

De commissie acht met de aanvrager de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales ten dele relevant omdat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding in aanmerking komen voor functies binnen deze beroepsgroep, zoals specialisten reclame en marketing en specialisten public relations bij organisaties die gerelateerd zijn aan sport. Uit de prognoses van het ROA blijkt dat er voor deze beroepsgroep grote knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening worden verwacht (zie Tabel 2).

Tabel 2: Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Gem.		Typering
				Totaal	jaarlijks	
			% 6 jr.	%		
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026		15200	9	1.4	hoog
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte vervangingsvraag tot 2026		8200	5	0.8	erg laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	verwachte baanopeningen tot 2026		23400	14	2.2	laag
Adviseurs marketing, public relations en sales	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.875				groot

Bron: ROA, AIS

De commissie acht met de aanvrager de beroepsgroep beleidsadviseurs ten dele relevant omdat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding in aanmerking komen voor functies binnen deze beroepsgroep rondom het thema sport. Uit de prognoses van het ROA blijkt dat er voor deze beroepsgroep grote knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening worden verwacht (zie Tabel 3).

Tabel 3: Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep adviseurs beleidsadviseurs

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele Indicator	Aantal	Gem.		Typering
			Totaal % 6 jr.	jaarlijks %	
Beleidsadviseurs	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	6900	9	1.4	hoog
Beleidsadviseurs	verwachte vervangingsvraag tot 2026	11300	15	2.3	gemiddeld
Beleidsadviseurs	verwachte baanopeningen tot 2026	18300	24	3.6	gemiddeld
Beleidsadviseurs	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.834			groot

Bron: ROA, AIS

De commissie acht met de aanvrager de beroepsgroep managers commerciële en persoonlijke dienstverlening ten dele relevant omdat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding in aanmerking komen voor managementposities binnen een commercieel bedrijf dat gericht is op sport. Uit de prognoses van het ROA blijkt dat er voor deze beroepsgroep vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening worden verwacht (zie Tabel 4).

Tabel 4: Arbeidsmarktprognoses beroepsgroep managers commerciële en persoonlijke dienstverlening

Beroepsgroep	Arbeidsmarktprognose variabele Indicator	Aantal	Gem.		Typering
			Totaal % 6 jr.	jaarlijks %	
Managers commerciële en persoonlijke dienstverlening	verwachte uitbreidingsvraag tot 2026	-800	-7	-1.2	erg laag
Managers commerciële en persoonlijke dienstverlening	verwachte vervangingsvraag tot 2026	3700	33	4.9	erg hoog
Managers commerciële en persoonlijke dienstverlening	verwachte baanopeningen tot 2026	3700	33	4.9	hoog
Managers commerciële en persoonlijke dienstverlening	ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2026	0.928			vrijwel geen

Bron: ROA, AIS

De commissie concludeert dat de prognoses die zijn opgenomen in ROA's AIS voor de beroepsgroepen die ten dele relevant zijn voor de onderhavige opleiding overwegend een positief beeld geven. De commissie plaatst daarbij de kanttekening dat afgestudeerden van de master Sportmarketing en Management alleen in aanmerking komen voor management- en marketingfuncties binnen organisaties gerelateerd aan sport en dat deze beroepsgroepen daarom slechts een indicatie geven van een arbeidsmarktbehoefte aan deze afgestudeerden.

De aanvrager verwijst vervolgens naar de gegevens afkomstig uit de Spanningsindicator van het UWV (www.werk.nl) voor de beroepsgroepen (1) managers verkoop en marketing, (2) adviseurs marketing, public relations en sales, (3) beleidsadviseurs en (4) managers commerciële en persoonlijke dienstverlening. De commissie merkt op dat de arbeidsmarkt begin 2020 is gekrompen als gevolg van de coronacrisis en dat deze krimp vervolgens is omgeslagen naar een (zeer) grote krapte op de arbeidsmarkt die zichtbaar is bij alle beroepsgroepen en alle sectoren. Het feit dat de arbeidsmarktspanning bij de door de aanvrager relevant geachte beroepsgroepen als (zeer) krap wordt getypeerd is daarom niet onderscheidend. De commissie kent daarom minder gewicht toe aan deze bron en stelt vast dat zij een (zeer) kleine positieve indicatie geeft van een arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

De aanvrager beroept zich verder op het rapport 'Kansrijke Beroepen' van het UWV (2022) waarin het beroep online marketeers als kansrijk wordt aangemerkt. De aanvrager stelt dat dit beroep correspondeert met het beoogde uitstroomberoep 'digital marketeer' in het profiel van aangevraagde master. De aanvrager verwijst tevens naar 'Kansrijke Beroepen: Rijnmond' van het UWV (2022) waarin de beroepen online marketeers, communicatie en public relations adviseurs en managers communicatie, PR en reclame als kansrijk worden aangemerkt voor de arbeidsmarktregio Rijnmond. De commissie stelt dat de genoemde beroepsgroepen slechts ten dele relevant zijn voor de voorgenomen opleiding aangezien afgestudeerden van de voorgenomen opleiding alleen voor functies rondom het thema sport in aanmerking komen. Dit inachtnemend constateert de commissie dat de bronnen een positieve indicatie geven van een algemene arbeidsmarktbehoefte waar de voorgenomen opleiding op aansluit.

De aanvrager verwijst verder naar de 'Nationale Beroepengids' (www.nationaleberoepengids.nl). De aangehaalde gegevens zijn gebaseerd op de Spanningsindicator van het UWV. De commissie heeft deze bron hierboven reeds besproken en laat de aangehaalde gegevens daarom buiten beschouwing.

De aanvrager verwijst vervolgens naar de website van RijnmondInZicht (www.RijnmondInZicht.nl) waar cijfers over de regionale arbeidsmarkt zijn opgenomen op basis van het data vanuit CBS. De aanvrager stelt op basis van deze data dat voor de provincie Zuid-Holland de specialistische zakelijke dienstverlening 44,6% van de ondernemers een belemmerend tekort aan arbeidskrachten ervaart. Voor de sector cultuur, sport en recreatie gaat dit om 35,9%. Tevens haalt de aanvrager gegevens aan over het aantal nieuwe online vacatures in de relevante beroepsgroepen (per maand tussen 2016 en 2023). Voor de beroepsgroep managers verkoop en marketing is er op hbo/wo niveau een algehele stijging met als piek meer dan 300 nieuwe vacatures in mei 2022. Deze is weer afgenomen naar 136 nieuwe vacatures in juli 2023. Voor de beroepsgroep beleidsadviseurs is er een algehele stijging die in 2022-2023 schommelt tussen de 60 tot 100 nieuwe vacatures per maand. Tot slot beroept de aanvrager zich op een ranglijst van de beroepen per beroepsgroep met de meeste online vacatures in de afgelopen twaalf maanden. Binnen de beroepsgroep managers verkoop en marketing zijn de beroepen marketing manager (79 vacatures), adviseur marketing (60 vacatures), online marketing manager (115 vacatures), sales en marketing manager (135 vacatures) en marketingdeskundige (143 vacatures) opgenomen in de top 10. In de beroepsgroep adviseurs marketing, public relations en sales zijn voor het beroep online marketeer 390 nieuwe online vacatures gevonden. De beroepsgroep beleidsadviseurs heeft beleidsmedewerkers overig (117 vacatures), beleidsmedewerker sportzaken (58 vacatures) en sustainability manager (67 vacatures) opgenomen in de top 10. Ten slotte zijn er binnen de beroepsgroep managers commerciële en persoonlijke dienstverlening voor het beroep manager sportschool 17 nieuwe online vacatures gevonden in de afgelopen 12 maanden.

De commissie acht het beroep sustainability manager onvoldoende relevant voor de master Sportmarketing en Management omdat afgestudeerden niet worden opgeleid met specifieke kennis over duurzaamheid en hier andere opleidingen voor zijn. De commissie stelt tevens dat de overige beroepsgroepen slechts ten dele relevant zijn voor de voorgenomen opleiding aangezien afgestudeerden van de voorgenomen opleiding alleen voor functies rondom het thema sport in aanmerking komen. Dit inachtnemend constateert de commissie dat deze bron een positieve indicatie geeft van een algemene arbeidsmarktbehoefte waar de voorgenomen opleiding op aansluit.

De aanvrager refereert tevens aan het rapport 'The Future of Jobs Report' van het World Economic Forum (2020, p. 93). In dit rapport wordt een blik geworpen op gevraagde vaardigheden en banen in de komende vijf jaar. Voor Nederland staan er verschillende beroepen beschreven waarvan een toenemende vraag wordt verwacht in de periode 2020-2025. Hier wordt ook het beroep 'digital marketing and strategy specialist' genoemd, het beroep dat door de aanvrager relevant wordt geacht voor de master Sportmarketing en Management. Daarnaast refereert de aanvrager nog aan de vijftien vaardigheden waar een toenemende vraag naar is binnen organisaties in Nederland. De

aanvrager stelt dat de master Sportmarketing en Management aandacht besteedt aan enkele van deze vaardigheden, zoals 'leadership and influence', 'complex problem-solving' en 'reasoning, problem-solving and ideation'. De commissie constateert dat de genoemde vaardigheden in het rapport algemene vaardigheden zijn die bij vrijwel alle opleidingen op masterniveau worden gedoceerd. Deze zijn niet inherent verbonden met de master Sportmarketing en Management. Tevens is het beroep 'digital marketing and strategy specialist' een algemene marketing functie waar afgestudeerden van de voorgenomen opleiding voor in aanmerking komen. Echter is dit op zichzelf onvoldoende om te constateren dat er een specifieke behoefte bestaat aan afgestudeerden van de master Sportmarketing en Management.

Vervolgens beroept de aanvrager zich op het rapport 'Arbeidsmarktanalyse Sport 2019: Stand van zaken en ontwikkelingen op de arbeidsmarkt van de sportsector' van het CAOP (2020, p. 18-19; 22), waarin de resultaten van een enquête onder sportorganisaties zijn opgenomen. De enquête is uitgevoerd in de georganiseerde sportsector (i.e. organisaties die het doel hebben om sport en bewegen te stimuleren). Uit het rapport komt naar voren dat werkgevers de volgende competenties het belangrijkst vinden voor de ontwikkeling van de sportsector: communicatie (55%), ondernemerschap/netwerkvaardigen (45%), klantgericht (53%) en resultaatgericht (43%). De aanvrager stelt dat deze competenties getuigen van een masterniveau. Uit het rapport blijkt ook dat er in de toekomst vooral meer behoefte is aan communicatiemedewerkers, projectleiders/-medewerkers en product managers/business developers. In het rapport wordt gesteld dat voor het voldoen aan deze behoefte ook medewerkers moeten worden bijgeschoold. De aanvrager stelt verder dat uit het rapport blijkt dat bestaande hbo-sportopleidingen op bachelorniveau minder goed aansluiten op de arbeidsmarkt van de sportsector, dit wordt aangegeven door 47% van de werkgevers. De commissie constateert dat deze bron blijk geeft van een arbeidsmarktbehoefte waar de opleiding op aansluit. Deze arbeidsmarktbehoefte bestaat ten dele uit een opscholingsbehoefte.

De aanvrager verwijst voorts naar het rapport 'Toekomstverkenning arbeidsmarkt sport en bewegen' van het Mulier Instituut (2021, p. 9-10; 78) waarin de verwachtingen en perspectieven van de arbeidsmarkt sport en bewegen in kaart worden gebracht voor 2020-2030. Uit het rapport komt naar voren dat er op dit moment al sprake is van knelpunten op de arbeidsmarkt in sport, voornamelijk door een gebrek aan een brede visie en aan professionaliteit in de organisatie. In het rapport wordt de verwachting geschetst dat deze arbeidsmarkt nog zal groeien en dat de sector sport en bewegen zich steeds meer zal mengen met andere sectoren. Daarbij wordt ook gesteld dat deze vervlechting andere eisen met zich meebrengt. Het rapport noemt onder andere een behoefte aan breed inzetbare professionals en het ontstaan van functies op het snijvlak met andere sectoren. Dit vraagt om meer goed gekwalificeerde professionals die over hun eigen sector kunnen kijken. De aanvrager stelt dat deze vaardigheid past bij een masterniveau. Uit de toekomstverkenning komt tevens naar voren dat sport naast een maatschappelijke waarde van gezondheid en welzijn ook een economische waarde kan hebben door bijvoorbeeld sport als marketinginstrument in te zetten en via de sportdetailhandel. De aanvrager stelt dat het huidige opleidingsaanbod hier nog onvoldoende op aansluit en dat afgestudeerden van Sportmarketing en Management in deze opkomende behoefte kunnen voorzien. De commissie constateert dat deze bron laat zien dat er een groeiende arbeidsmarktbehoefte is aan professionals binnen de sportwereld. Tevens meent de commissie dat de master Sportmarketing en Management zich op het snijvlak van verschillende sectoren bevindt en dat zij daarmee in een deel van deze arbeidsmarktbehoefte kan voorzien. De commissie constateert dat deze bron blijk geeft van een kwalitatieve arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

Het akkoord 'Hoofdlijnen Sportakkoord II: Sport Versterkt' van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Vereniging Nederlandse Gemeenten, Vereniging Sport en Gemeenten, NOC*NSF en het Platform Ondernemende Sportaanbieders (2022, p. 15; 21-23) wordt voorts door de aanvrager aangehaald. In het akkoord wordt gesproken over de ambitie voor het vergroten van het

bereik van sport waarbij het nodig is om voldoende en bekwame werknemers te hebben. De aanvrager stelt dat deze ambitie verband houdt met de sector marketing. Daarbij wordt er in het rapport gesteld dat het versterken van de uitvoeringskracht van sportorganisaties wordt gezocht bij het vergroten van de capaciteit bij sportaanbieders. Specifiek worden hier de functies verenigingsmanager en sportparkmanager genoemd. In het rapport wordt gesteld dat de opgaven in het sportakkoord zorgen voor een toenemende complexiteit en multidisciplinariteit binnen de sector en dat kennisontwikkeling daarbij noodzakelijk is. De aanvrager stelt dat dit past bij een masterniveau.

De aanvrager beschrijft voorts met de 'Human Capital Agenda Sport' van de Rijksoverheid (2021, p. 1; 8) dat de sportsector qua omvang van betaalde krachten in de afgelopen decennia gegroeid is. In de HCA wordt gesteld dat kwalitatief hoogwaardig menselijk kapitaal een voorwaarde is voor verdere professionalisering van deze sector. Tevens wordt ook het belang van samenwerken met andere sectoren aangestipt waarbij wordt geconstateerd dat er op dit moment een gebrek is aan professionals met tijd en kennis om deze samenwerkingen en investeringen van de grond te krijgen. Hierbij gaat het ook om kennis op het gebied van maatschappelijk vastgoed en verduurzaming. Uit de HCA blijkt dat ondernemende sportaanbieders aangeven dat in opleidingen voor sportprofessionals meer aandacht moet komen voor maatschappelijke opgaven en het samenwerken met andere sectoren. De aanvrager stelt dat uit het bovenstaande blijkt dat er behoefte is aan interdisciplinaire afgestudeerden en dat dit type afgestudeerden kan bijdragen aan de bovengenoemde behoefte aan professionalisering. De commissie is met de aanvrager van mening dat afgestudeerden van de master Sportmarketing en Management kunnen bijdragen aan de verdere professionalisering van de sportsector. De commissie constateert dat deze bronnen een positieve indicatie opleveren van een kwalitatieve arbeidsmarktbehoefte.

De aanvrager refereert aan het rapport 'Arbeidsmarkt Sport en Bewegen 2020' uitgevoerd door Lexnova in opdracht van NOC*NSF (2021, p. 4; 8; 12; 14) om de arbeidsmarktkansen voor hbo- en mbo-sportstudenten in kaart te brengen. Dit onderzoek is uitgevoerd onder 2.000 werkgevers en bijna 1.200 mbo- en hbo-gediplomeerden. Uit het onderzoek komt naar voren dat 88% van de mbo- en hbo-alumni uit 2018/2019 in 2020 een baan heeft gevonden. Hierbij heeft 69% van de hbo-gediplomeerden een baan op de sportarbeidsmarkt en 73% van hen heeft na drie maanden een eerste sportgerelateerde functie heeft gevonden. De aanvrager stelt op basis van het rapport dat onder sportbanen waarin hbo-gediplomeerden werken functies als beleidsmedewerker sport (6% van de functiebenamingen) en projectmedewerker/-leider (11% van de functiebenamingen) voorkomen. Tevens komt uit het rapport naar voren dat het merendeel van de vacatures voor sportgerelateerde functies wordt vervuld (78%) maar dat 16% van de werkgevers (zeer) grote knelpunten ervaart bij het invullen van sportgerelateerde functies. Wanneer vacatures niet ingevuld kunnen worden, heeft dat voornamelijk te maken met de baankenmerken (waarvan te kleine vacatures het grootste knelpunt vormen). De aanvrager stelt ook dat de beoogde master Sportmarketing en Management goed aansluit op ontwikkelingen die genoemd worden in het rapport. Zo blijkt uit het rapport dat de werkgevers in zowel de sportsector (51%) als in de overige sectoren (40%) een toenemend gebruik van sport en bewegen zien in het kader van bevordering van de gezondheid (preventie). Ten slotte blijkt uit het rapport dat tussen 2018 en 2020 de formatieomvang van functies rondom sport en bewegen is toegenomen met 11%. Deze groei was vooral aanwezig bij commerciële organisaties, in toerisme en recreatie, in welzijn en in de outdoorsector. Werkgevers waren daarnaast ondanks de coronacrisis positief over de toekomst wat betreft de sportgerelateerde werkgelegenheid. De totale verwachte uitbreidings- en vervangingsvraag tot 2025 is 31%.

De commissie concludeert met de aanvrager op basis van deze gegevens dat de verwachte en gerealiseerde groei in het aantal formatieplaatsen van sport- en beweefuncties en de genoemde knelpunten een positieve indicatie bieden van een arbeidsmarktbehoefte aan hogeropgeleide afgestudeerden van sportopleidingen.

De aanvrager verwijst naar het arbeidsmarktonderzoek 'Marktpotentieel MBA SportMarketing & Management Hogeschool Rotterdam' dat door Lexnova is uitgevoerd in opdracht van de aanvrager

(2023). Dit onderzoek bestaat uit twee deelonderzoeken. Het eerste deelonderzoek is een enquête uitgevoerd onder 46 werkgevers in Nederland in de periode van maart tot en met mei 2023. De meeste organisaties zijn gevestigd in de provincie Zuid-Holland (28%), Utrecht (17%) en Noord-Holland en Noord-Brabant (beide 15%). De respondenten zijn overwegend werkzaam bij een commerciële sportorganisatie (35%), bij een bond of vereniging (15%) en in de categorie anders (20%). In deze laatste categorie geven werkgevers onder andere aan te werken bij een arbo dienstverlener, evenementenlocaties waar sportgerelateerde evenementen worden georganiseerd, kennisorganisaties/semi-overheid en een provinciale sportorganisatie. De organisaties verschillen in grootte, maar de meeste respondenten werken voor bedrijven van 50-99 medewerkers (35%), 10-19 medewerkers (17%) en 20-49 medewerkers (15%). De respondenten zijn overwegend directeurs of eigenaren (50%), of in senior management (20%) of in middelmanagement (bijv. afdelingshoofd, supervisor of teamleider) (15%). Twee respondenten geven aan een ander type functie te hebben. Deze zijn vermeld in de bijlage van het onderzoek maar het is voor de commissie onduidelijk of zij in staat zijn uitspraken te kunnen doen over het aannamebeleid. In de enquête wordt wel aangegeven dat alle respondenten volledig tot enigszins een rol spelen bij het aannemen van nieuw personeel en dat 97% van de respondenten is betrokken bij de scholing van het huidige personeel.

Van de respondenten geeft 87% aan de voorgenomen opleiding (zeer) aansprekend te vinden en 76% is het (geheel) eens met de stelling dat er in hun werkveld een behoefte bestaat aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding.

De respondenten is gevraagd of zij denken in de komende drie jaar een behoefte te hebben aan nieuwe medewerkers binnen de eigen organisatie die de voorgenomen opleiding hebben gevolgd. 76% van de respondenten verwacht een dergelijke behoefte, 11% van de respondenten verwacht deze niet, 9% staat hier neutraal in en 4% weet niet of deze wordt verwacht. Deze respondenten zien een behoefte van minimaal 49 en maximaal 129 nieuwe medewerkers in de komende drie jaar.

De respondenten is tevens gevraagd of zij denken in de komende drie jaar een behoefte te hebben aan de op- of bijscholing van huidige medewerkers. 30% van de respondenten geeft aan een dergelijke behoefte te hebben, 15% van de respondenten verwacht deze niet en 54% weet niet of deze wordt verwacht. Deze respondenten zien een behoefte van minimaal 19 en maximaal 43 medewerkers die zij in de komende drie jaar zouden willen opscholen.

De commissie acht het arbeidsmarktonderzoek valide en overwegend navolgbaar. De navolgbaarheid wordt in de ogen van de commissie beperkt omdat de aanvrager een lijst van bedrijven heeft meegeleverd waarbij sommige ingevulde antwoorden niet duidelijk maken om welk bedrijf het gaat. Van twee bedrijven is geen naam vermeld maar is wel een omschrijving gegeven. De commissie acht het echter aannemelijk dat afgestudeerden van de voorgenomen opleiding bij diverse bedrijven werkzaam kunnen zijn binnen de sportsector of bij organisaties buiten de sector die sport als middel inzetten om waarde te creëren. Dit inachtnemend constateert de commissie dat het onderzoek een geringe arbeidsmarktbehoefte (die ten dele bestaat uit een opscholingsbehoefte) aan afgestudeerden van de voorgenomen opleiding aannemelijk maakt.

Het tweede deelonderzoek bestaat uit interviews bij tien verschillende organisaties. De respondenten, gespreksverslagen en de gespreksleidraad zijn als bijlage toegevoegd aan het dossier. De interviews vonden plaats in april en mei 2023. De organisaties die hebben deelgenomen overlappen niet met de organisaties die hebben deelgenomen aan de hierboven genoemde enquête. De respondenten zijn positief over het profiel van de beoogde opleiding en stippen specifieke thema's en competenties uit het profiel aan als sterk of aansprekend. De aanvrager stelt dat meerdere respondenten positief zijn en het masterniveau van de opleiding als meerwaarde zien. De commissie merkt echter op dat er de respondenten wisselend reageren op de arbeidsmarktperspectieven en dat er door een aantal respondenten wordt opgemerkt dat de sportwereld klein is en er weinig werkplekken zijn op een hoger en strategisch niveau. Ook geven respondenten aan dat er al veel sportopleidingen en -studenten zijn die in de sport willen werken en dat het onderscheidend vermogen daarom belangrijk is. De werkgevers is gevraagd naar het aannemen van afgestudeerden van de beoogde opleiding. Twee respondenten geven aan hier nog

geen uitspraken over te kunnen doen. De commissie merkt ook op dat één respondent werkzaam is voor de aanvrager en heeft diens uitspraken niet meegewogen in de kwantificatie van de arbeidsmarktbehoefte. De overige respondenten geven gezamenlijk aan 27 tot 33 medewerkers aan te willen nemen in de komende twee tot vijf jaar. De respondenten is tevens gevraagd of er binnen de eigen organisatie behoefte is aan het op- of bijscholen van eigen personeel. Vier respondenten kunnen geen concrete behoefte aangeven. De andere respondenten geven gezamenlijk aan een opscholingsbehoefte te hebben van 9 tot 11 medewerkers. Het is onduidelijk of dit per jaar is of dat de behoefte meerdere jaren betreft.

De commissie acht het onderzoek in de vorm van interviews valide en navolgbaar. De commissie constateert tevens dat de respondenten in staat zijn uitspraken te kunnen doen over het aannamebeleid. De commissie concludeert dat de interviews blijken te geven van een geringe arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de master Sportmarketing en Management.

Uit het arbeidsmarktonderzoek van Lexnova (2023) haalt de aanvrager tevens ter illustratie zes vacatures die als bijlage zijn toegevoegd. In de teksten wordt specifiek gevraagd om hbo+ dan wel hbo-/wo-niveau. De vacatures betreffen marketing- en bedrijfskundige functies binnen de sportwereld. De aanvrager stelt dat dit wijst op een vraag naar afgestudeerden op masterniveau. De commissie constateert dat een aantal van zes vacatures te gering is om te spreken van een arbeidsmarktbehoefte maar dat dit onderzoek wel illustratief is voor de functies waar afgestudeerden van de voorgenomen opleiding voor in aanmerking komen.

Ten slotte heeft de aanvrager vijf adhesiebetuigingen (2023) toegevoegd van relevante werkgevers in Nederland. Alle steunbetuigingen zijn getekend in juni 2023. Op één werkgever na hebben deze werkgevers niet deelgenomen aan de enquête en de interviews. In de steunbetuigingen hebben werkgevers verklaard dat zij positief staan tegenover het curriculum van de opleiding en de master zien als een aanvulling op het bestaande opleidingsaanbod. Tevens wordt er genoemd dat de master aansluit op de behoefte aan nieuwe medewerkers. De commissie merkt op dat geen enkele steunbetuiging uitspraken bevat over een kwantitatieve arbeidsmarktbehoefte. Dit inachtnemend concludeert de commissie dat de adhesiebetuigingen aansluiten op de kwalitatieve arbeidsmarktbehoefte die in eerdere bronnen naar voren is gekomen.

De commissie concludeert op grond van het bovenstaande dat de aanvrager aannemelijk heeft gemaakt dat de hbo master Sportmarketing en Management beantwoordt aan een geringe arbeidsmarktbehoefte die ten dele bestaat uit een opscholingsbehoefte.

Beoordeling maatschappelijke behoefte

De aanvrager onderbouwt de maatschappelijke behoefte aan de hand van een groot aantal bronnen. De commissie neemt de volgende bronnen mee in de onderstaande overweging: het rapport 'De waarde(n) van weten: strategische agenda hoger onderwijs en onderzoek 2015-2025' van het Ministerie van OCW (2015), het rapport 'Houdbaar voor de toekomst: Strategische agenda hoger onderwijs' van het Ministerie van OCW (2019), het rapport 'Focus op professie Rapport Commissie Positionering Hoger Beroepsonderwijs' van de Vereniging Hogescholen (2022), het 'Nationaal Preventieakkoord: Naar een gezonder Nederland' (2018), het akkoord 'Hoofdpijnen Sportakkoord II: Sport Versterkt' van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Vereniging Nederlandse Gemeenten, Vereniging Sport en Gemeenten, NOC*NSF en het Platform Ondernemende Sportaanbieders (2022), het rapport 'Sport in het systeem: werkprogramma 2021-2024' van de NLsportraad (2020), de 'Sportnota 2021+: Rotterdam, Wereldse Sportstad waar alle Rotterdammers 'lekker lopen te bewegen'' van de gemeente Rotterdam (2021), de website van Rotterdam Topsport (www.rotterdamtopsport.nl) en het rapport 'Samen aan het werk: strategische agenda Metropoolregio Rotterdam Den Haag 2022' van de Metropoolregio Rotterdam Den Haag (2022).

De aanvrager stelt aan de hand van het rapport 'De waarde(n) van weten: strategische agenda hoger onderwijs en onderzoek 2015-2025' van het Ministerie van OCW (2015, p. 55) en het

rapport 'Houdbaar voor de toekomst: Strategische agenda hoger onderwijs' van het Ministerie van OCW (2019, p. 9; 19) dat er een maatschappelijke behoefte bestaat aan onderscheidende hbo-masters en betere doorstroommogelijkheden en dat dit past binnen het beleid van het Ministerie van OCW. Tevens blijkt uit het rapport 'Focus op professie Rapport Commissie Positionering Hoger Beroepsonderwijs' van de Vereniging Hogescholen (2022, p. 57-58) dat de hogescholen ook aansluiten op de geschetste behoefte van het Ministerie van OCW. De aanvrager stelt dat de beoogde master aansluit op de behoefte aan hbo-masters en dat het een doorstroomperspectief biedt. De commissie constateert dat deze bronnen blijken te geven van een algemene maatschappelijke behoefte aan hbo masters waar de voorgenomen master Sportmarketing en Management op aansluit. Echter, dit geeft geen blijk van een specifieke maatschappelijke behoefte aan dit type afgestudeerden.

De aanvrager betreft vervolgens in haar betoog het 'Nationaal Preventieakkoord: Naar een gezonder Nederland' (2018, p. 3-4) waarin plannen zijn opgesteld voor een gezonder Nederland in 2040 door roken, overmatig alcoholgebruik en overgewicht terug te dringen. Het Nationaal Preventieakkoord wil voor het voorkomen en terugdringen van overgewicht onder andere inzetten op meer sporten en bewegen. De aanvrager stelt dat de master Sportmarketing en Management goed hierop aansluit met het thema 'de vitale gemeenschap' waarbij het ook gaat om het verkleinen van gezondheidsverschillen. Daarbij heeft het thema vitale gemeenschap ook een bredere impact op onderwijs-, welvaarts- en welzijnsverschillen en het vergroten van maatschappelijke participatie in en via de sport. De aanvrager betoogt dat de voorgenomen master goed aansluit op de plannen van het Nationaal Preventieakkoord doordat afgestudeerden een bijdrage kunnen leveren om een hogere sportparticipatie te bewerkstelligen.

Tevens refereert de aanvrager opnieuw aan het akkoord 'Hoofdlijnen Sportakkoord II: Sport Versterkt' van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Vereniging Nederlandse Gemeenten, Vereniging Sport en Gemeenten, NOC*NSF en het Platform Ondernemende Sportaanbieders (2022, p. 5). Hierin zijn afspraken gemaakt om te werken aan drie ambities om de sport in Nederland te versterken: (1) fundament op orde, (2) een groter bereik en (3) meer (zichtbare) betekenis. De aanvrager stelt dat afgestudeerden van de master Sportmarketing en Management kunnen bijdragen aan deze ambities omdat zij organisaties kunnen helpen het bereik te vergroten en meer zichtbare betekenis te geven doordat zij in staat zijn om in diverse netwerken samen te werken en zo de sportparticipatie te bevorderen.

De aanvrager verwijst tevens naar het rapport 'Sport in het systeem: werkprogramma 2021-2024' van de NLsportraad (2020, p. 10). In dit rapport worden de adviezen voor komende jaren uiteengezet. Met haar adviezen wil de NLsportraad bewegen, breedtesport en topsport systematisch mogelijk maken en de maatschappelijke betekenis van sport vergroten voor de samenleving. In het rapport wordt gesteld dat hiervoor een integrale, intersectorale en interdepartementale aanpak nodig is naast een versterking van de sportbranche. Dit rapport sluit aan bij de eerder genoemde plannen om (1) verschillende groepen te laten participeren in sport, (2) een impact te maken op onderwijs-, welvaarts- en welzijnsverschillen en het vergroten van maatschappelijke participatie in en via de sport en (3) om de sportbranche te vernieuwen en verder te professionaliseren. De aanvrager stelt dat de beoogde master aansluit op deze thema's en met het masterniveau kan bijdragen aan de verdere professionalisering van de sector.

De commissie constateert dat sportparticipatie een belangrijk maatschappelijk thema is binnen de politiek en binnen de sportbranche en dat de beoogde opleiding hierop aansluit.

De aanvrager betreft de 'Sportnota 2021+: Rotterdam, Wereldse Sportstad waar alle Rotterdammers 'lekker lopen te bewegen'' van de gemeente Rotterdam (2021, p. 8) waarin de gemeente haar doel beschrijft om in 2030 Rotterdam door bewegen en sport vitaler en aantrekkelijker te maken. De gemeente stelt dat de sportparticipatie van Rotterdammers achterloopt op het landelijk gemiddelde, ondanks investeringen. Samen met partners wil zij integraal samenwerken aan de vitale en gezonde stad van de toekomst en een aantal maatschappelijke opgaven, zoals gezondheid, kansgelijkheid en duurzaamheid, aanpakken door middel van sport en bewegen. De aanvrager stelt dat afgestudeerden van de beoogde opleiding

kunnen bijdragen aan het combineren van sport met maatschappelijke uitdagingen doordat zij worden opgeleid voor posities op het snijvlak van economie, sport, welzijn en leiderschap. Tevens verwijst de aanvrager naar de website van Rotterdam Topsport (www.rotterdamtopsport.nl). Het team van de stichting Rotterdam Topsport houdt zich bezig met het organiseren en verwerven van topsportevenementen, het faciliteren van topsportprogramma's van TeamNL, ondersteunen van talentcentra en topsportverenigingen en zijn daarnaast betrokken bij plannen om topsportaccommodaties te realiseren. Volgens Rotterdam Topsport zorgen hoogwaardige topsportevenementen niet alleen voor een bruisende stad, maar leiden deze ook tot economische en maatschappelijke impact en internationale bekendheid. De aanvrager betoogt dat de voorgenomen opleiding hierop inspeelt door tijdens de opleiding oog te hebben voor de inzet van sport als middel om een economische en een maatschappelijke impact te bewerkstelligen. De commissie constateert dat er een maatschappelijke behoefte bestaat binnen de gemeente Rotterdam om sportparticipatie te verhogen om een economische en een maatschappelijke impact te bewerkstelligen. De beoogde opleiding sluit hiermee aan op een regionale maatschappelijke behoefte.

Ten slotte refereert de aanvrager aan het rapport 'Samen aan het werk: strategische agenda Metropoolregio Rotterdam Den Haag 2022' van de Metropoolregio Rotterdam Den Haag (2022, p. 13). Eén van de ambities is om opleidingen inhoudelijk beter te laten aansluiten op de toekomstige vraag werkgevers. Tevens wordt in de agenda gesproken over de behoefte aan eigentijdse onderwijsprogramma's die ervoor zorgen dat ontwikkelingen vanuit het bedrijfsleven terechtkomen in het onderwijs en andersom, bijvoorbeeld rondom het thema digitalisering. De aanvrager betoogt dat de beoogde master hier goed op aansluit omdat de opleiding zich richt op vraagstukken vanuit de regionale en nationale praktijk. De commissie constateert dat deze bron blijkt geeft van een algemene behoefte aan een betere aansluiting tussen het onderwijs en het werkveld en op de vraag voor meer vernieuwing binnen onderwijsprogramma's. De commissie concludeert dat de beoogde opleiding hier in algemene zin op aansluit door zich te bewegen op het snijvlak van verschillende disciplines en aan te sluiten bij regionale ambities rondom sport- en bewegen.

De commissie concludeert dat de aanvrager reeds op grond van het bovenstaande heeft aangetoond dat er een maatschappelijke behoefte bestaat aan de voorgenomen opleiding Sportmarketing en Management.

De commissie concludeert dat de aanvraag aansluit op een maatschappelijke en een arbeidsmarktbehoefte. De aanvraag voldoet aan criterium a in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Beoordeling criterium b

Vanaf 04/07/2023 is op de website van de CDHO kennisgegeven van het voornemen van de Hogeschool Rotterdam om de hbo master Sportmarketing en Management in Rotterdam aan te bieden. Hiermee is aan de instellingen voor hoger onderwijs de mogelijkheid gegeven om hun zienswijzen op dit voornemen kenbaar te maken. Op 07/07/2023 is er een zienswijze ingediend door de Universiteit Utrecht.

De Universiteit Utrecht geeft in de zienswijze aan de masterspecialisatie Sportbeleid en Sportmanagement aan te bieden binnen de wo masteropleiding Bestuurs- en Organisatiewetenschappen. Deze master richt zich op publieke maatschappelijke vraagstukken in sport vanuit een bestuurs- en organisatiewetenschappelijk perspectief. De Universiteit Utrecht geeft aan ruimte te zien in Nederland voor een nieuwe master op sportgebied als deze zich expliciet richt op de businesskant van de sportwereld, waar de focus ligt op financiën, marketing, HR en leiderschap, mits er sprake is van een kleinschalig programma met een beperkte instroom. De Universiteit Utrecht geeft aan dat zij overlap ziet tussen de aangevraagde opleiding en haar eigen masteropleiding wat betreft inhoud, uitstroom naar de arbeidsmarkt en de instroomdoelgroep. De Universiteit Utrecht verwacht dat dit nadelige effecten kan hebben op de instroom in de masterspecialisatie en op de arbeidsmarktchansen voor haar alumni. Daarbij stelt de

Universiteit Utrecht ook dat er vooraf geen afstemming is gezocht en dat het daardoor lastig is om uitspraken te kunnen doen of er ruimte is voor de beoogde opleiding van de aanvrager naast de recent aangevraagde hbo master Sportbusiness and Leadership van de HvA en de masterspecialisatie van de Universiteit Utrecht.

De CDHO heeft de aanvrager op 31/07/2023 op de hoogte gesteld van de inhoud van de zienswijzen en de gelegenheid gegeven om binnen tien werkdagen na ontvangst van de zienswijze een reactie te geven. De aanvrager heeft op 10/08/2023 een reactie op de zienswijze gegeven.

De aanvrager stelt in de reactie op de zienswijze dat de focus van de master Sportmarketing en Management breder is dan die van de specialisatie van de Universiteit Utrecht omdat de aanvrager zich richt op zowel publieke als private organisaties die sport als doel en/of sport als middel inzetten. De aanvrager betoogt dat er deels overlap zit in de publieke focus van het programma maar dat er voldoende onderscheid bestaat door dit te combineren met inzichten op de samenhang tussen het publieke en private domein. De aanvrager haakt tevens in op het benoemde argument over de instroomoverlap. De aanvrager stelt dat beide masters potentieel toegankelijk zijn voor zowel studenten met een hbo- of wo-diploma maar dat de masterspecialisatie van de Universiteit Utrecht specifiek vraagt om een wo-bachelordiploma organisatiewetenschap of bestuurskunde of om een minor bestuurs- en organisatiewetenschap. De instroomdoelgroep van de beoogde opleiding is breder waarbij er wordt gevraagd om een business gerelateerde hbo- of wo bachelor of een andere bachelor aangevuld met werkervaring. De aanvrager stelt tevens dat de voorgenoemde master een praktijkgerichte focus heeft, daar waar die van de Universiteit Utrecht een wetenschappelijke oriëntatie heeft. Ten slotte stelt de aanvrager dat zij openstaat voor afstemming en overleg en dat zij zelf het initiatief zal nemen richting Universiteit Utrecht.

De commissie stelt voorop dat zij voorstander is van een goede samenwerking tussen de instellingen en betreurt dat dit niet heeft plaatsgevonden voor het indienen van de aanvraag. De commissie is met de indiener van de zienswijze van mening dat er substantiële inhoudelijke overlap bestaat tussen beide masterprogramma's. De aanvrager heeft slechts een geringe arbeidsmarktbehoefte aannemelijk gemaakt. Hierdoor deelt de commissie het standpunt van de Universiteit Utrecht dat de inhoudelijke overlap effect heeft op de arbeidsmarktkansen van hun afgestudeerden. Daarnaast stelt de commissie vast dat beide opleidingen toegankelijk zijn voor wo-bachelorgediplomeerden.

Gelet op het bovenstaande acht de commissie het aannemelijk dat de voorgenoemde opleiding enig negatief effect zal hebben op de instroom in de specialisatie Sportbeleid en Sportmanagement binnen de wo master Bestuurs- en Organistatiewetenschappen van de Universiteit Utrecht.

De commissie stelt op basis van de afbakening die de aanvrager heeft aangeleverd vast wat het verwante aanbod van de aangevraagde opleiding is. Verwante opleidingen komen inhoudelijk sterk overeen en leiden op tot (min of meer) dezelfde beroepen (uitstroomprofiel(en)). Bij de inhoud wordt gekeken of de kennisgebieden en vaardigheden die in het curriculum van de voorgenoemde opleiding zijn opgenomen overlap vertonen met de bestaande opleidingen. Verder worden de instroomdoelgroep en de onderwijsvariant (voltijd, deeltijd of duaal) meegewogen bij de afbakening. Verwante opleidingen worden dus niet louter bepaald aan de hand van de inhoud van een opleiding en opleidingen met verschillende oriëntaties (zoals hbo en wo masteropleidingen) kunnen als verwant aanbod worden beschouwd.

De aanvrager acht de hbo master Sport- en Beweeginnovatie (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen) "verwant" aan de voorgenoemde opleiding.

Daarnaast acht de aanvrager de recente aangevraagde hbo master Sport Business and Leadership (Hogeschool van Amsterdam) en de hbo master International Business and Management (Hanzehogeschool Groningen) "deels verwant" aan de beoogde opleiding. Ten slotte acht de aanvrager de volgende wo masters "deels verwant" aan de beoogde opleiding: Bestuurs- en Organistatiewetenschap (Universiteit Utrecht) vanwege de daarin opgenomen specialisatie Sportbeleid en Sportmanagement, Marketing (Rijksuniversiteit Groningen, Vrije

Universiteit Amsterdam) en Marketing Management (Erasmus Universiteit Rotterdam, Tilburg University).

De aanvrager gebruikt in het dossier de termen "verwant" en "deels verwant". Deze worden door de commissie begrepen als vergelijkbaar met de door de commissie gebruikte termen "sterk verwant" en "aanverwant".

De commissie is met de aanvrager van mening dat de hbo master Sport- en Beweeginnovatie sterk verwant is aan de voorgenomen opleiding. Verder acht de commissie de specialisatie Sportbeleid en Sportmanagement binnen de wo master Bestuurs- en Organisationswetenschap (Universiteit Utrecht) sterk verwant. De rest van de opleiding acht de commissie aanverwant. Ten slotte acht de commissie de recent aangevraagde hbo master Sport Business and Leadership (Hogeschool van Amsterdam) sterk verwant aan de voorgenomen opleiding. De commissie acht deze specialisaties sterk verwant omdat deze vergelijkbare inhoud omvatten, voor dezelfde beroepen opleiden en een vergelijkbare instroomdoelgroep bedienen.

De commissie is verder met de aanvrager van mening dat de volgende opleidingen aanverwant zijn aan de voorgenomen opleiding: (1) de hbo master International Business and Management (Hanzehogeschool Groningen), (2) de wo master Marketing (Rijksuniversiteit Groningen, Vrije Universiteit Amsterdam) en (3) de wo master Marketing Management (Erasmus Universiteit Rotterdam, Tilburg University).

De commissie neemt de instroom in de onbekostigde verwante masters, zoals Sport Management (Hogeschool van Amsterdam), Sportmarketing & Sponsorship (Hogeschool van Amsterdam) en Sports Business Management (Wittenborg University of Applied Sciences) niet mee in de onderstaande overweging omdat deze bij de commissie niet bekend is.

De aanvrager heeft een overzicht geleverd van de instroom in verwante bekostigde opleidingen. De commissie plaatst de kanttekening dat de instroomgegevens van de master Bestuurs- en Organisationswetenschap de gehele opleiding betreffen en niet slechts van de specialisatie Sportbeleid en Sportmanagement. De instroom in het verwante voltijd aanbod is eerst toegenomen en afgelopen collegejaar weer afgenomen. De instroom in het verwante deeltijd aanbod is in de afgelopen vijf jaar toegenomen (zie Tabel 5).

Tabel 5: Instroom eerstejaarsstudenten in verwant bekostigd onderwijsaanbod

Opleiding	Instelling	'18-'19	'19-'20	'20-'21	'21-'22	'22-'23
		VT DTDUVT	DTDUVT	DTDUVT	DTDUVT	DTDU
M Sport- en Beweeginnovatie (49139)	Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (25KB)	51	24	30 17	21 14	14 24
M Master in International Business and Management (45289)	Hanzehogeschool Groningen (25BE)				55	40
M Bestuurs- en Organisationswetenschap (60446)	Universiteit Utrecht (21PD)	156	25 153	25 168	177	176
M Marketing (60048)	Rijksuniversiteit Groningen (21PC)	204	168	201	268	258
	Vrije Universiteit Amsterdam (21PL)	186	163	163	189	156
M Marketing Management (60063)	Erasmus Universiteit Rotterdam (21PE)	181	191	261	256	229
	Tilburg University (21PN)	220	237	217	215	212
Totaal instroom		947 51	25912 24	251040 17	01181 14	01085 24 0

Bron: DUO

De aanvrager heeft een prognose gemaakt van de instroom in de voorgenomen opleiding op grond van een instroomonderzoek dat is uitgevoerd door Lexnova. De aanvrager verwacht dat zowel de voltijd- als de deeltijdvariant kan starten met 15 tot 25 studenten en dat dit zal groeien. De commissie acht deze prognose realistisch.

Als de instroom in de bestaande opleidingen en de verwachte instroom in de voorgenomen hbo master Sportmarketing en Management wordt afgezet tegen de behoefte die bij criterium a aannemelijk is gemaakt, blijkt dat er geen ruimte is om deze opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven. De commissie overweegt daarbij ten eerste dat zij met de indiener van de zienswijze van mening is dat de beoogde opleiding een nadelig effect kan hebben op de bestaande specialisatie Sportbeleid en Sportmanagement binnen de master Bestuurs- en Organisatiewetenschappen van de UU. Ten tweede overweegt de commissie dat de arbeidsmarktbehoefte die de aanvrager bij criterium a aannemelijk heeft gemaakt dermate gering is dat het bestaande aanbod reeds in deze vraag kan voorzien. Derhalve ziet de commissie geen ruimte om deze opleiding aan het bekostigde aanbod toe te voegen.

Vestiging van de opleiding in Rotterdam heeft geen negatief effect op de landelijke spreiding van het onderwijsaanbod.

De commissie concludeert dat er geen ruimte in het landelijk aanbod bestaat om de hbo master Sportmarketing en Management te realiseren. De aanvraag voldoet niet aan criterium b in art. 4 lid 1 van de Regeling.

Gelet op het vorenstaande adviseert de Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs u om negatief te besluiten op het voorliggende verzoek.

Advies aan de NVAO over de naamkeuze en Croho indeling

De aanvrager stelt in een intentieverklaring geen Toets Nieuwe Opleiding bij de NVAO aan te hoeven vragen. De commissie adviseert de aanvrager om toch contact op te nemen met de NVAO vanwege de overname van de onbekostigde opleiding van de Wagner Group Graduate bv en vanwege de naamswijzing van Executive MBA naar Sportsmarketing en Management.

De commissie heeft geconstateerd dat de voorgenomen opleiding dermate afwijkt van het bestaande verwante opleidingsaanbod, dat dit de keuze voor een andere naam rechtvaardigt.

Bovendien heeft de commissie geconstateerd dat de aanvrager de hbo master Sportmarketing en Management in het Croho onderdeel Economie wil indelen. Dit voorstel sluit aan op de indeling van verwante bestaande opleidingen.

De Commissie Doelmatigheid Hoger Onderwijs



drs. P.M.M. Rullmann
Voorzitter CDHO

Bijlage:

Beoordelingskader macrodoelmatigheid nieuwe opleiding of nevenvestiging

Aan de hand van de in de Regeling macrodoelmatigheid hoger onderwijs van 20 juni 2018 genoemde voorwaarden worden voornemens tot het verzorgen van een nieuwe opleiding beoordeeld op doelmatigheid. Een nieuwe opleiding kan volgens artikel 4 van deze Regeling alleen doelmatig worden geacht indien het voornemen voldoet aan de criteria a en b.

Volgens criterium a heeft het instellingsbestuur aangetoond dat er behoefte bestaat aan de nieuwe opleiding of nevenvestiging, zijnde overwegend een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend maatschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte, dan wel een overwegend wetenschappelijke behoefte in combinatie met een arbeidsmarktbehoefte.

Volgens criterium b dient het instellingsbestuur aan te tonen dat in de behoefte die bij criterium a is aangetoond niet door het bestaande opleidingsaanbod wordt voorzien.

Advies aan de NVAO over naamkeuze en Croho onderdeel

In de Toelichting op de Regeling is aangegeven dat de CDHO ook een rol heeft bij de beoordeling van de voorgestelde naam en voertaal van de opleiding en bij de voorgestelde positionering in het Croho.

Wat betreft de opleidingsnaam: de CDHO kijkt of de voorgestelde naam van de opleiding passend is, gelet op de namen van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen dezelfde naam krijgen, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekeizers en werkgevers te borgen. In het Croho kan ook een internationale (Engelse) naam worden geregistreerd. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de naamkeuze gerechtvaardigd is gelet op de inhoud van de opleiding en de namen van vergelijkbare opleidingen (artikel 5.7, vierde lid, onderdeel a, van de WHW).

Wat betreft de positie in het Croho: de CDHO kijkt of de voorgestelde indeling in het Croho passend is, gelet op de indeling van verwante opleidingen. Daarbij is het uitgangspunt dat sterk op elkaar lijkende opleidingen in hetzelfde Croho onderdeel worden geregistreerd, om de transparantie van het opleidingsaanbod voor studiekeizers en werkgevers te borgen. Dit onderdeel van het CDHO advies is niet gericht aan de Minister van OCW, maar aan de NVAO. Het panel van de NVAO toetst of de voorgestelde indeling in het Croho aansluit bij de ordening van verwante opleidingen.