



Associate degree Tourism & Event Management

AANVRAAG MACRODOELMATIGHEIDSTOETS NIEUWE OPLEIDING

ZUYD HOGESCHOOL HEERLEN, SEPTEMBER 2023

Inhoud

1. Basisgegevens instelling	2
2. Basisgegevens opleiding	2
3. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma	3
3.1 Associate degree Tourism & Event Management.....	3
3.2 Onderwijsprogramma.....	4
4. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen	6
5. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden.....	7
6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding Ad-TEM	7
6.1 Instroom	7
6.2 Samenwerking voorbereidende mbo-opleidingen.....	8
6.3 Conclusie instroom	10
7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte	10
7.1 Landelijke kwantitatieve onderbouwing	10
7.2 Kwalitatieve onderbouwing regionaal.....	16
8. Analyse bestaand aanbod en inschatting verwante instroom	18
8.1 Spreiding landelijk aanbod	18
9. Noodzaak tot start nieuwe opleiding	19
9.1 Ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Zuyd.	19
9.2 Noodzaak voor uitbreiding versus integratie in huidige opleiding(en)	20
10. Aansluiting instellingsprofiel	20
11. RIO- indeling	21
12. Afstemming	22
12.1 Afstemming binnen de onderwijsinstelling.....	22
12.2 Afstemming verwante Ad- en Bacheloropleidingen.....	22
Bibliografie.....	23

1. Basisgegevens instelling

Naam instelling(en) ¹	Zuyd Hogeschool
BRIN-code(s)	25JX
KvK-nummer(s)	14060995
Contactpersoon aanvraag	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
Contactpersoon CvB	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

2. Basisgegevens opleiding

Kenmerk aankondiging	A23-040
Naam	Tourism and Event Management
Oriëntatie	Hbo
Niveau	Associate degree
Vorm	Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Gemeente Heerlen
Taal	Nederlands
Studielast	120 EC
Studieduur	2 jaar
Beroepsvereisten	<i>Niet van toepassing</i>
Capaciteitsbeperking	<i>Niet van toepassing</i>
Beoogde startdatum	1 september 2024
ISAT-code (indien bekend)	<i>Onbekend, betreft nieuwe opleiding</i>
RIO-(sub)onderdeel ²	<i>Economie</i>
ISCED-rubriek (optioneel)	<i>Niet van toepassing</i>

¹ Vermeld in het geval van een joint degree hier ook welke instelling de penvoerder van de aanvraag is

² Voorheen Croho

3. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma

Dit hoofdstuk beschrijft beknopt de aanleiding voor de start van de opleiding Associate degree Tourism & Event Management. Vervolgens wordt er een korte toelichting gegeven op de inhoud van de opleiding en het onderwijsprogramma.

3.1 Associate degree Tourism & Event Management (TEM)

De vraag vanuit het werkveld naar gekwalificeerd personeel binnen de toeristische en evenementensector vormt de belangrijkste aanleiding voor het starten van een nieuwe voltijd opleiding Associate degree Tourism & Event Management, hierna te benoemen als Ad-TEM.

De sector heeft behoefte aan goed opgeleide professionals die de verbinding maken tussen de werkvloer en het hogere management om op die manier de uitdagingen van de industrie te kunnen aangaan. Dat maakt dat het Ad-niveau een passend opleidingsniveau is om aan te sluiten op deze behoefte.

Onderbouwing keuze naamgeving Ad-TEM

Gekozen is voor de opleidingsnaam met de termen ‘tourism’ en ‘events’: De voornaamste reden is dat beide termen een branche representeren die zowel in de publieke als zakelijke markt actief is. ‘Tourism’ is een alomvattende term welke ook de ‘vrijtijdsmarkt/leisure’ omvat. Om die reden is de term ‘leisure’ niet in de titel verwerkt. ‘Events’ heeft veel raakvlakken met toerisme en de vrijetijdsbranche maar onderscheidt zich door het projectmatige en incidentele karakter van deze branche, wat een specifieke werkwijze en mindset behoeft. Deze Ad-TEM profileert zich specifiek voor het opleiden van young professionals die zowel in de publieke als zakelijke toerisme- en eventsbranche terecht komen. Er zijn op dit moment een aantal verwante Ad-opleidingen, ieder met haar eigen benaming (zie tabel 8.1 op p. 18 voor exacte aanbod). Echter, bovengenoemde specifieke segmentering komt niet in deze namen naar voren. Om die reden is besloten om deze nieuwe titel te hanteren. Wel hanteren alle verwante Ad-opleidingen Engelstalige benamingen in hun titel. Daarom is besloten in deze naamgeving mee te gaan. Dit terwijl het curriculum en onderwijs in het Nederlands aangeboden zal worden.

Opleidingsniveau en curriculum dat aansluit op de marktvrage

Vanuit brancheverenigingen, kennisinstellingen en overheidsinstanties op nationaal, regionaal en lokaal niveau is een gezamenlijk actieagenda opgesteld (Interprovinciaal Overleg, Actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland, 2021). In de actieagenda wordt in Pijler 5, ‘Een gastvrije sector het belang van Leven Lang Ontwikkelen’, als voorwaarde geschetst om in een snel veranderende wereld als succesvolle medewerker inzetbaar te blijven op de arbeidsmarkt. Dit vraagt om een opleiding met een curriculum dat aansluit op dát wat de arbeidsmarkt nodig heeft. Deze arbeidsmarkt kent een arbeidskrachte en vraagt om geschoolde medewerkers die zich bewust zijn van de economische, ecologische en maatschappelijke bijdrage die deze sector levert aan Nederland. Een uitwerking van de maatschappelijk noodzaak tot het starten van deze opleiding, is terug te vinden in bijlage A.

Het is van groot belang dat er voldoende goed opgeleide professionals beschikbaar zijn om deze sector verder te laten groeien. De Leisure en Toerisme industrie zorgt voor een aanzienlijke economische bijdrage, zeker in de toeristische regio (Zuid) Limburg (Bureau BUITEN, 2019).

De volgende factoren tezamen rechtvaardigen de oprichting van een nieuwe opleiding Ad-TEM:

- de vraag vanuit de arbeidsmarkt (hoofdstuk 7),
- de actieagenda van diverse branche- en overheidsinstanties en de economische waarde van de sector (bijlage A),
- de plek in het landelijke opleidingsaanbod en de vraag vanuit studenten voor Ad-opleidingen in de richting Tourism & Events (hoofdstuk 4 en 6).

Deze opleiding bereidt studenten voor op een carrière in de dynamische toeristische en evenementensector, waar hun vaardigheden en kennis een waardevolle bijdrage kunnen leveren aan de verdere groei en ontwikkeling van deze industrie.

3.2 Onderwijsprogramma

Het onderwijsprogramma kent in totaal 120 EC verdeeld over 2 jaar.

Jaar 1 (60 EC): 4 onderwijsblokken van 10 weken

Jaar 2 (60 EC): 2 onderwijsblokken van 10 weken en een afsluitende stage van 20 weken.

Binnen de onderwijsblokken staat telkens een authentieke beroepstaak centraal. Op basis van actuele vraagstukken vanuit de praktijk verwerft de student kennis en kunde, dat zorgt voor een betekenisvolle leeromgeving.

De onderwijsblokken en stage zijn gericht op het verwerven van integrale kennis en het ontwikkelen van beroepsvaardigheden en -houding. Daarmee vormen ze een sterke basis voor arbeidsmarkttoetreding of een vervolgstudie. Door intensief samen te werken met onder andere regionale organisaties wordt een dynamische leeromgeving gecreëerd waar studenten hands-on competenties ontwikkelen die direct relevant zijn voor de beroepspraktijk.

3.2.1 Leerresultaten

De leerresultaten van de opleiding Ad-TEM zijn afgestemd op de vastgestelde beschrijving niveau 5 (Vereniging Hogescholen, 2022), zie figuur 3.1.



Figuur 3.1 Ad professional (Beschrijving niveau 5, 2022)

Daarnaast worden de leerresultaten afgestemd met het heo-sectorplan, domein Hospitality (Vereniging Hogescholen, 2023), het Landelijk Opleidingsprofiel Tourism Management (Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, 2018) en het landelijk profiel Leisure & Events Management (Landelijk Overleg Leisure Management, 2019) om doorstroommogelijkheden naar het bachelorniveau te verwezenlijken. Deze opleidingsprofielen zijn afgeleid van de heo-standaard.

Op basis van de werkveldverkenning, het landelijk profiel Tourism Management (zie figuur 3.2), het landelijk profiel Leisure & Events Management en de landelijke- en regionale visiedocumenten rondom de thema's Leisure en Tourism, is besloten om de volgende leerresultaten centraal te stellen:

- Initiëren en creëren → Ontwerpen van een optimale gastbeleving;
- Realiseren en implementeren → Realiseren van een optimale gastbeleving;
- Vermarkten → Positioneren en lanceren van een optimale gastbeleving;
- Organiseren en managen → Coördineren van een optimale gastbeleving.



De tourism professional (TP) staat centraal in het model. De vier kerntaken van de TP zijn onlosmakelijk verbonden met gastvrijheid, persoonlijk leiderschap en internationaal oriëntatie.

Daarnaast moet de TP altijd rekening houden met maatschappelijke verantwoordelijkheid, interculturele communicatie en technologische ontwikkelingen.

Figuur 3.2 De tourism professional (Landelijk opleidingsprofiel, 2018)

3.2.2 Onderwijsblokken en didactisch onderwijsconcept

Ieder onderwijsblok, met uitzondering van de (afstudeer)stage, bestaat uit onderwijsbijeenkomsten (maximaal 12 studenten), werkcolleges, hoorcolleges en projectbijeenkomsten. Bij het werken aan het project gaan theorie en praktijk hand in hand. Leren door te doen staat hierbij centraal. Studenten krijgen de benodigde kennis en kunde 'Just in Time' aangeleverd waardoor de urgentie aanwezig is en de aangereikte leerstof meteen toegepast kan worden. De projectopdracht is de zogenaamde authentieke taak.

In groepsverband (projectgroepen van maximaal zes studenten) wordt een projectopdracht uitgevoerd. Studenten leren samenwerken en leveren een gezamenlijk beroepsproduct op voor de opdrachtgever uit het werkveld.

De laatste twee weken van een onderwijsblok zijn bestemd voor toetsing. Toetsing op theorie middels een (1) kennistoets, maar ook toetsing op transfer van de kennis in een andere (beroeps-)situatie middels een (2) mondeling eindgesprek, alsmede beoordeling van het (3) opgeleverde (gezamenlijke) beroepsproduct.

Het 4C/ID model (Merriënboer, 1997), een didactisch onderwijsconcept dat succesvol wordt toegepast binnen de academie Facility Management, zal ook binnen deze Ad toegepast worden. Hierbij is het volgende belangrijk: leren in groepen (onderwijs- en projectgroep), leren door problemen oplossen en oefenen in de praktijk (Kallenberg, 2020).

De focus van het onderwijsprogramma ligt op:

- Maatschappelijk verantwoord en duurzaam handelen en ondernemen (SDG 12 'responsible consumption and production' p.87 (Vereniging Hogescholen, 2023));
- Consumentengedrag (matching vraag en aanbod);
- HR-, management- en communicatievaardigheden;
- Gastbelevingen in zowel de publieke als zakelijke markt.

In tabel 3.1 is een beknopte weergave van de onderwijsblokken verdeeld over de tijd terug te vinden. Per onderwijsblok staat een authentieke taak centraal. Daarnaast worden doorlopende leerlijnen aangeboden die ondersteunend zijn aan de uitvoering van deze taak.

	Blok 1	Blok 2	Blok 3	Blok 4	Credits
jaar 1	De tourism & event professional	Ontwerpen van een optimale gastbeleving	Lanceren en positioneren #1 - Project zakelijke markt (groepsproduct)		60
			Realiseren #2 - Project publieke markt (groepsproduct)		
HR en Managementvaardigheden, Finance, Marketing, Communicatie, Talen, Consumentengedrag, Professioneel vakmanschap					
jaar 2	Coördineren van een optimale gastbeleving	Maatschappelijk verantwoord ondernemen	Coördineren van een optimale gastbeleving (individueel product)		60
			Professioneel vakmanschap, Keuzedeel, HR en Managementvaardigheden, Communicatie, Finance		

Tabel 3.1 Concept onderwijsontwerp

4. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

Zoals benoemd in het heo-sectorplan 2023-2027 (p.62), zien de opleidingen het als hun verantwoordelijkheid om actief bij te dragen aan meer diversiteit en inclusie in het onderwijs. Dit om zo de noodzakelijke kansengelijkheid te versterken. De toeristische- en eventssector verbindt, inspireert en geeft erkenning aan talent. Het is daarom belangrijk dat de sector, en dat begint bij het onderwijs, een brede diversiteit in de samenleving representeert.

Kortom: bij de nieuwe Ad-TEM zijn deze diverse doelgroepen welkom:

- Voorbereidende mbo-opleidingen niveau 4;
- Niet voorbereidende mbo-opleidingen niveau 4 in het economisch domein;
- Studieswitchers, studenten die eerder gestart zijn aan een hbo-opleiding maar daarin niet de juiste keuze hebben gemaakt;
- Havisten;
- Vwo-scholieren;
- Afgestudeerde mbo-studenten met één of enkele jaren werkervaring.

Met minimaal één van onderstaande vooropleiding wordt de student toegelaten tot de Ad-TEM:

- Mbo-niveau 4;
- Havo (ieder profiel);
- Vwo (ieder profiel);
- Behalen van een 21+ toelatingsonderzoek.

5. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

Het beoogde beroepsprofiel wordt in onderstaand hoofdstuk beschreven. Dit profiel vindt aansluiting bij de zeven benoemde domeinen in het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2022: Horeca, Verbliffsrecreatie, Watersport, Reissector, Attractiesector, Actieve Recreatie en Evenementen.

Beroepsprofiel Ad Tourism en Events Management

De Ad Tourism & Event manager opereert in zowel de **publieke als zakelijk markt** op tactisch niveau en is de schakel tussen het hoger management en uitvoering. Hij³ vertaalt de strategie door naar de praktijk, doet verbetervoorstellen (**top-down en bottom-up**) en is verantwoordelijk voor de **dagelijkse aansturing** van de werkvloer. Deze Ad professional zet daarbij zijn **HR-, management- en communicatievaardigheden** in, zodat hij samen met zijn team een **optimale gastbeleving** creëert. Daarnaast is hij **organisatie- en omgevingssensitief**, ziet kansen en weet deze te vertalen in **succesvolle projecten**. Hij onderscheidt zich in deze dynamische markten door **maatschappelijk verantwoord handelen, hands-on mentaliteit, commercieel inzicht** en weet het **overzicht** te houden in een veeleisende en stressvolle omgeving.

Op het eindniveau is de Ad Tourism & Event manager in staat om een optimale gastbeleving te ontwerpen, realiseren, positioneren, lanceren en coördineren.

De Ad Tourism & Event Manager is werkzaam in de verblijfs- en recreatiesector zoals bij recreatieparken, hotels, attractieparken en vrijetijdsorganisaties. Daarnaast komt men de Ad'er tegen in de eventbranche; evenementenorganisaties en -locaties, voor zowel publieke als zakelijke gasten.

Voorbeelden van passende Ad-functies binnen de Tourism & Event branche zijn, duty/ floor manager, (assistent) accountmanager, sales & banqueting coördinator, project- eventmanager en bedrijfsleider (concrete voorbeelden van actuele vacatures zijn te vinden in bijlage D, p.37-38).

6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding Ad-TEM

Dit hoofdstuk geeft beknopt de ontwikkelingen van de Ad-opleidingen landelijk en regionaal weer, waarbij vervolgens wordt ingezoomd op de geschatte instroom voor de beoogde Ad-TEM.

6.1 Instroom

De landelijke cijfers laten positieve ontwikkelingen zien rondom de instroom bij Ad-opleidingen. De groeiende bekendheid zorgt voor een hogere studentinstroom en de intentie om een Ad-opleiding te overwegen neemt toe. Zie voor een uitwerking van deze landelijke cijfers bijlage B.

Naast dat het aantal Ad-opleidingen vooral toeneemt in de dichtbevolkte gebieden (de Randstad), is deze ontwikkeling ook Limburg te zien. Zuyd Hogeschool kent drie succesvolle Ad-opleidingen met een stabiele gemiddelde instroom, vandaar dan ook de wens om het portfolio uit te breiden.

Instroom voltijd Ad	Gemiddelde instroom 2018-2022
Ad Commercieel Management	59
Ad Facility Management	49
Ad ICT	69

Tabel 6.1 Gemiddelde instroom Ad voltijd opleiding Zuyd Hogeschool (Zuyd Hogeschool, 2023)

³ Daar waar 'hij' wordt benoemd, wordt vanzelfsprekend ook zij en/of hen bedoeld.

Voor de instroom van deze Ad-opleidingen van Zuyd Hogeschool spelen de voorbereidende mbo-opleidingen een belangrijke rol, zie tabel 6.2: van alle mbo-instromers komt gemiddeld 64% van een direct gerelateerde mbo-opleiding, waarbij de kanttekening gemaakt moet worden dat dit voor een ICT-opleiding meer aannemelijk is dan bij een bredere economische opleiding (Zuyd Hogeschool, 2023).

Ad-opleiding	Instroom voorbereidende mbo-opleiding
Ad Commercieel Management	64%
Ad Facility management	47%
Ad ICT	82%

Tabel 6.2 Gemiddelde instroom Ad voltijd opleiding Zuyd Hogeschool

De beoogde Ad-TEM leidt op voor het beroepsprofiel in de zeven gastvrijheidsdomeinen (NRIT en Centre of Expertise Leisure, 2022) en is daarmee een logisch vervolg voor studenten die studeren aan voorbereidende opleidingen.

Kenmerkend voor het domein Hospitality (Vereniging Hogescholen, 2023), is de instroom van relatief veel mbo'ers (2017-2021): gemiddeld 45%. Studenten stromen door vanuit diverse vooropleidingen (mbo). De totale populatie⁴ van deze voorbereidende relevante mbo-opleidingen bestaat uit ruim 3895 studenten en de instroom⁵ (2022) uit 1566 studenten (DUO, 2022). Daarbij zijn de volgende selectiecriteria gebruikt voor Regionale (Zuid-Nederland) opleidingen: ROC Gilde opleidingen, VISTA College, de Rooi Pannen en Summa college.

- Hoofdgroepen: Economie en administratie, Horeca, Toerisme en recreatie, Sport en veiligheid.
- Beroepsopleidingen: Evenementenorganisatie, Ondernemen horeca/bakkerij, Sport en bewegen en Travel, Leisure & Hospitality. Allen uitsluitend niveau 4.

Bovenstaande biedt als uitgangspunt een mooi perspectief met de kennisgeving dat steeds meer mbo-studenten overwegen om een Ad-opleiding te gaan volgen (Markteffect, 2021-2022).

6.2 Samenwerking voorbereidende mbo-opleidingen

Samenwerking met voorbereidende beroepsopleidingen is cruciaal voor de instroom van de beoogde Ad-opleiding. In deze paragraaf wordt de intentie tot samenwerkingen met het VISTA College en andere mbo-instellingen uitgelegd.

6.2.1 Inventarisatie VISTA College

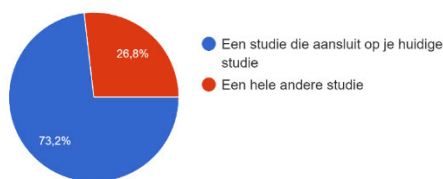
De academie heeft nauw contact met de onderwijskundig leider Toerisme & Recreatie van het VISTA College. In totaal is de studentpopulatie van VISTA van gerelateerde opleidingen, 889 studenten, (DUO, 2022). Voor beide organisaties is het van belang om de doorstroom binnen de regio te stimuleren door bijvoorbeeld de onderwijsprogramma's op elkaar af te stemmen.

Om de behoefte aan deze nieuwe Ad-TEM bij deze gerichte doelgroep te peilen, hebben mbo-studenten van het VISTA College van de opleidingen Leisure, Travel and Hospitality (overwegend niveau 4) een vragenlijst ingevuld. Het betreft studenten die op het moment van bevragen op het punt staan te starten met het tweede studiejaar. In totaal hebben 41 studenten de korte vragenlijst ingevuld. Onderstaande informatie en quotes geven een indicatie van de behoefte aan deze Ad-opleiding onder deze specifieke doelgroep. Zie figuur 6.1 voor een samenvatting van de resultaten.

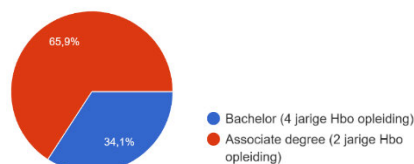
⁴ Totaal aantal deelnemers met bekostigde en niet-bekostigde inschrijving op het mbo in het betreffende jaar. (DUO 2023)

⁵ Instroom: Deelnemers met bekostigde en niet-bekostigde inschrijving voor de geselecteerde mbo- opleiding in het betreffende jaar (DUO 2023)

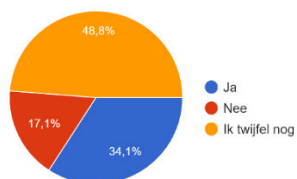
“Stel je gaat doorstuderen, waar gaat je voorkeur dan naar uit?”



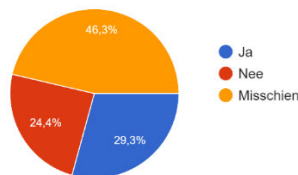
“Stel je gaat doorstuderen, heb je dan de voorkeur voor een Bachelor- of een Associate degree opleiding?”



“Heb je voor jezelf al besloten of je wil gaan doorstuderen na deze studie?”



“Zou je deze Ad-opleiding Tourism & Event Management serieus overwegen?”



Figuur 6.1 Toetsing behoefte Ad opleiding Tourism & Event Management bij VISTA College.

6.2.2 Samenwerking overige mbo-opleidingen

Naast de intentie tot samenwerking met het VISTA College, is deze intentie ook door Gilde opleidingen uitgesproken: er is intensief contact met medewerkers van de Travel & Leisure College te Venlo. Gilde opleidingen staat zeer positief tegenover de komst van de Ad-TEM. Samenwerking wordt onder andere gezien op het gebied van een aansluitend curriculum en het geven van voorlichting aan zittende studenten over deze nieuwe opleiding. De populatie van afstuderende niveau 4 studenten, verbonden aan deze academie, bedraagt 50 studenten. *“Een groot gedeelte, naar schatting 50% van de studenten, maakte afgelopen jaar de keuze om door te studeren en een gedeelte daarvan heeft ook de keus maakt om voor de Ad Tourism Management van BUAS te kiezen. Afgelopen jaar waren dit 5 studenten.”* (persoonlijke communicatie, 2023) Daarbij werd opgemerkt dat veel studenten deze keuze echter niet maken in het kader van de lange reisafstand en het daarmee verplicht op kamers dienen te gaan, met bijbehorende hoge kosten. *“Indien een dergelijke Ad-opleiding in de regio aangeboden zou worden zou dit een uitkomst zijn voor de studenten”* aldus de teammanager Travel & Leisure College (persoonlijke communicatie, 2023).

Naast samenwerking met VISTA college en Gilde opleidingen zal ook nog de samenwerking met het Summa college en de Rooi Pannen worden gezocht. Specifiek worden deze ROC's genoemd omdat deze zich in Zuid-Nederland bevinden. Gezien de gezamenlijke studentpopulatie in de verwante vooropleidingen van bovenstaande onderwijsinstellingen (3006 studenten, mbo-niveau 4 (DUO, 2022)), beoogt de Ad-TEM een intensieve(re) samenwerking te realiseren.

6.3 Conclusie instroom

Geconcludeerd kan worden dat er, met bijna 3900 studenten (de populatie van VISTA College (889) en overige relevante populatie in Zuid-Nederland (3006)), ruim voldoende studenten studeren aan verwante mbo-opleidingen in de regio. Dat toont aan dat de interesse om werkzaam te zijn binnen de vrijetijds-, event- en toeristische sector onder studenten groot is. De werving van de eerste studenten vindt voornamelijk plaats bij deze opleidingen.

Het aanvullende (eigen) onderzoek, waarbij de studenten van het VISTA College gevraagd is of zij overwegen een dergelijke Ad-opleiding te kiezen om door te studeren, stemt positief: van de 41 ondervraagde studenten overwegen 12 studenten deze beoogde Ad-opleiding. Dat is 29% van de ondervraagden. Extrapolatie van dit percentage naar de gehele populatie van 889 studenten binnen VISTA College, zou betekenen dat 260 studenten een dergelijke doorstudeermogelijkheid serieus overwegen. Daarbij is de overige populatie van studenten aan andere regionale ROC's nog niet meegenomen, dat betekent dat de studentenpopulatie groter is dan deze cijfers laten zien. Daarbij neemt het aantal Ad-studenten steeds meer toe (Onderwijsinspectie, 2022), waaruit opgemaakt kan worden dat deze doelgroep groter wordt. In de toelichting is uitsluitend uitgegaan van instroom vanuit gerelateerde en verwante mbo-opleidingen. Echter, de nieuwe Ad-TEM biedt ook doorstroommogelijkheden voor studenten, die een carrière ambiëren in deze sector, van niet voorbereidende mbo-opleidingen en andere opleidingen, zoals reeds in hoofdstuk 4 beschreven.

Bovenstaande argumenten tezamen maken dat de verwachte instroom van 24 studenten bij aanvang van de opleiding heel reëel is. De reeds opgestelde businesscase onderstreept dit aantal van 24 studenten en toont aan dat dit een reëel aantal is voor de start van een financieel gezonde opleiding.⁶ Hiermee is de interesse vanuit studenten en het potentieel van de nieuwe Ad-opleiding in kaart gebracht betreffende de verwachte minimale instroom. De volgende hoofdstukken brengen de behoefte vanuit de arbeidsmarkt in kaart. Tenslotte zal de arbeidsmarktbehoefte afgezet worden tegen de huidige en verwachte studentenaantallen die opgeleid worden voor deze specifieke sectoren. Om zodoende aan te tonen dat er ruimte is binnen het huidige (landelijke) onderwijsaanbod voor het starten van deze Ad-TEM.

7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

In dit hoofdstuk wordt de arbeidsmarktbehoefte voor de toeristische en evenementenbranche in kaart gebracht aan de hand van diverse cijfers. Gestart wordt met een landelijke kwantitatieve onderbouwing gevolgd door een regionale en kwalitatieve onderbouwing.

7.1 Landelijke kwantitatieve onderbouwing

7.1.1 Arbeidsmarkt in beeld

Het CBS laat zien dat er in juni 2023 landelijk 154.000 werknemers actief zijn in de cultuur-, sport- en recreatiebranche en 480.000 werknemers in de horeca (CBS Statline, 2023)⁷. De omvang en volwassenheid van deze branches blijkt ook uit het aantal brancheorganisaties (zie p. 84 van het Heo-sectorplan (2023-2027)).

⁶ De businesscase is op verzoek beschikbaar

⁷ Hierbij is gebruik gemaakt van de filters: Banen, Horeca, Cultuur- sport- en recreatie, Juni 2023 (exclusief oproepkrachten)

Echter, deze cijfers geven geen nauwkeurig beeld van de omvang van de gerelateerde arbeidsmarkt en arbeidsmarktprognose, om twee redenen:

1. De filtering op “Horeca” omvat ook alle eet- en drinkgelegenheden naast logiesverstrekkende bedrijven. Met name die laatste zijn relevant voor de Ad-TEM.
2. Veel aan de branche gerelateerde beroepen vallen onder andere overkoepelende sbi-codes, zoals ‘verhuur- en overige zakelijke dienstverlening’ en ‘overige dienstverlening’. Een voorbeeld hiervan is het ‘organiseren van congressen, beurzen’ (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2022). Vanwege het brede karakter van deze codes, en dus een vertekend beeld, zijn deze niet meegenomen in de analyse.

Om deze reden is op verzoek van de gezamenlijke provincies een aparte rapportagetool door LISA⁸ ontwikkeld om de omvang van de sector Recreatie & Toerisme beter te kunnen ontsluiten. Het raadplegen van deze tool laat zien dat in deze sector een totaal van 612.840 banen was in 2022 (figuur 7.1).

Sector	Jaar	Banen
Totaal R&T-sector	2018	605.870
	2019	625.150
	2020	610.520
	2021	587.490
	2022	612.840

Het aantal banen heeft betrekking op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten.

Figuur 7.1 Aantal banen in de Recreatie en Toerisme sector (LISA, 2023)

Van dit totaal aantal banen in de R&T-sector waren er 135.610 banen in de regio Zuid-Nederland in 2022 (figuur 7.2).

Totaal geselecteerde provincies	Totaal R&T-sector	2018	138.860
		2019	141.300
		2020	137.030
		2021	132.780
		2022	135.610

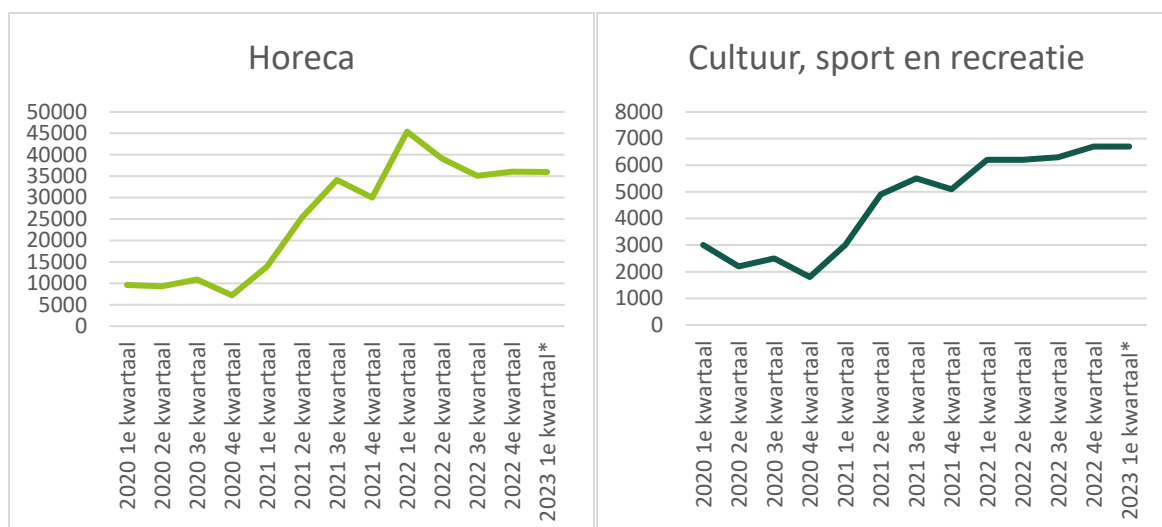
Het aantal banen heeft betrekking op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten.

Figuur 7.2 Aantal banen in de Recreatie en Toerisme sector in regio Zuid-Nederland (LISA, 2023)

Bovenstaande cijfers van zowel ROA en met name LISA geven een beeld van het totaal aantal banen in de R&T-sector. Maar het verschaft geen inzicht in het aantal specifieke banen op Ad-niveau. Mede om die reden is er een aanvullend marktonderzoek gedaan. De gedestilleerde resultaten op Ad-niveau zijn in paragraaf 7.1.3, figuur 7.6, te lezen.

Het aantal openstaande vacatures, landelijk en per kwartaal, is hieronder in figuur 7.3 visueel weergegeven in een tweetal grafieken. Beide grafieken tonen – gemiddeld gezien – een groei van het aantal vacatures aan (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2023).

⁸ LISA staat voor Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen



Figuur 7.3 Aantal vacatures Horeca en Cultuur, sport en recreatie (CBS, 2023)⁹

Op basis van bovenstaande cijfers kan geconcludeerd worden dat de markt (het aantal werkenden in deze sectoren), na een begrijpelijke krimp door Corona, weer op niveau zit. Het aantal vacatures is boven het niveau van voor de Corona uitgestegen. Een positieve ontwikkeling, ook in de context van het aantonen van de macrodoelmatigheid.

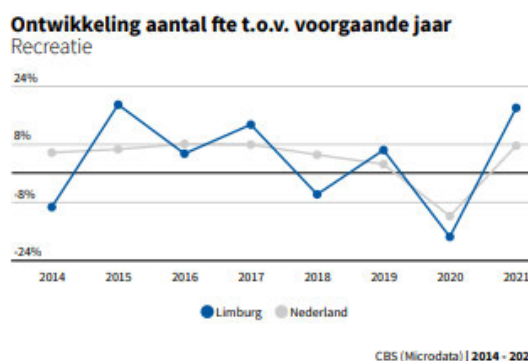
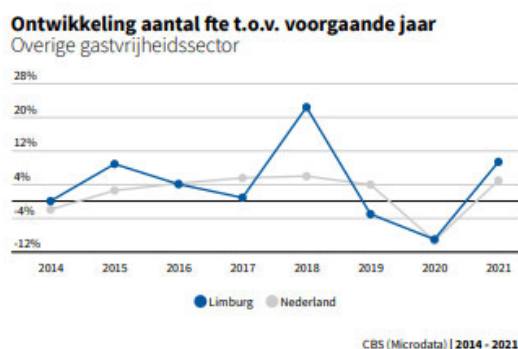
7.1.2 Arbeidsmarktprognose

Naast de vacatures is ook de arbeidsmarktprognose tot 2026 (ROA) voor het opleidingstype: bachelor-horeca, vrije tijd en facilititeit management, mbo 4 - toerisme en recreatie en mbo 4 - sport en bewegen meegenomen. Dit vanwege het ontbreken van cijfers voor het opleidingstype: Associate degree.

De visuele weergave in bijlage C geeft een indruk van deze arbeidsmarktprognose. De baanopeningen krijgen een typering tussen “gemiddeld” en “erg laag”. Wel kan gesteld worden dat de sector een stabiele arbeidsmarkt is. Doorgaans vertoont de markt een lichte groei in het aantal beschikbare banen. Zo blijkt ook uit onderstaande aanvullende bronnen.

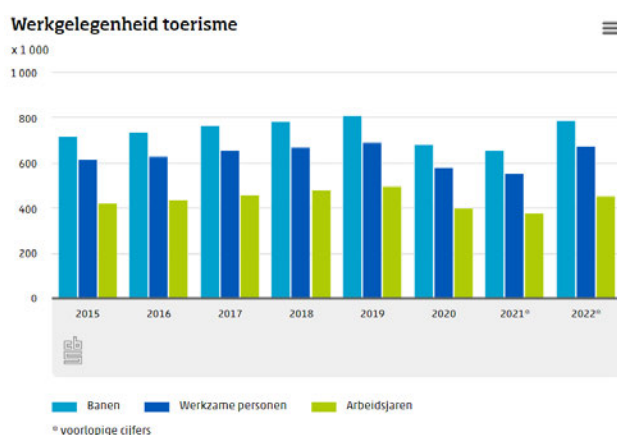
Uit de arbeidsmarktmonitor (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, 2023) blijkt een positieve ontwikkeling te zien in aantal bedrijven in de sector Toerisme (bijlage C) wat bijna 7% is van het totaal aantal bedrijven in Nederland is. Deze ontwikkeling is ook terug te zien in de sectoren toerisme, horeca, watersport, evenementenbranche en recreatiesector. Daarnaast blijkt uit het overzicht dat het aantal dienstverbanden zich positief ontwikkelt en daarbij laat Limburg een positieve afwijking zien ten aanzien van de landelijke trendlijn (figuur 7.4). Daaruit kan opgemaakt worden dat de landelijke arbeidsmarkt (recreatie en overige gastvrijheidssector) zich positief ontwikkelt en dat Limburg ten opzichte van andere regio's duidelijk meer arbeidsmarktplaatsen biedt.

⁹ Analyses zijn afkomstig van het ROA en het CBS (2023). Hierbij is gebruik gemaakt van de filter: Vacatures; seizoengecorrigeerd; SBI2008; Horeca; Cultuur, sport en recreatie.



Figuur 7.4 Ontwikkeling FTE Gastvrijheidssector NBTC (2023)¹⁰

In tegenstelling tot de eerder gepresenteerde arbeidsmarktprognose meldt het CBS (CBS, 2023) in een onderzoek voor het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat dat de werkgelegenheid in het toerisme een stijgende lijn laat zien. De toename is in alle toeristische sectoren te zien. Ook het aantal werkzame personen en banen nam in 2022 toe, zie figuur 7.5.



Figuur 7.5 Werkgelegenheid toerisme (CBS, 2023)

In aanvulling op bovengenoemde resultaten is kwantitatief en kwalitatief onderzoek uitgevoerd om de arbeidsmarktrelevantie en daarmee de noodzaak voor deze nieuwe Ad-opleiding aan te tonen. Voor een nadere kwantitatieve analyse is het extern en onafhankelijk onderzoeksbureau Markteffect ingeschakeld om een landelijk en regionale vacatureanalyse uit te voeren (zie paragraaf 7.1.3). Hierbij is tevens specifiek onderzoek gedaan en gefilterd op mbo/hbo-vacatures, dit is door Markteffect beschouwd als Ad-niveau. Voor de kwalitatieve analyse is het werkveld geraadpleegd middels focusgroepen (zie paragraaf 7.2).

7.1.3 Vacatureanalyse

“Uit de vacatureanalyse blijkt een groeiende vraag naar relevante functietitels voor het profiel van afgestudeerden van de voorgenomen Ad Tourism & Event Management.” (Markteffect, 2023)

De voorgenomen Ad-TEM opleiding kan binnen het werkveld als relevant worden beschouwd, dit blijkt uit de kwantitatieve analyse van vacatures binnen het toeristische domein in de periode 2018-2022. Na een (verklaarbare) daling in 2020 (vanwege Covid) is er een sterke stijging van het totaal aantal vacatures te zien.

¹⁰ Toegepaste filter: banen en baankenmerken, thema's, Limburg, Recreatie vergelijk met Nederland. en banen en baankenmerken, thema's, Limburg, Limburg, Gastvrijheidssector vergelijk met Nederland.

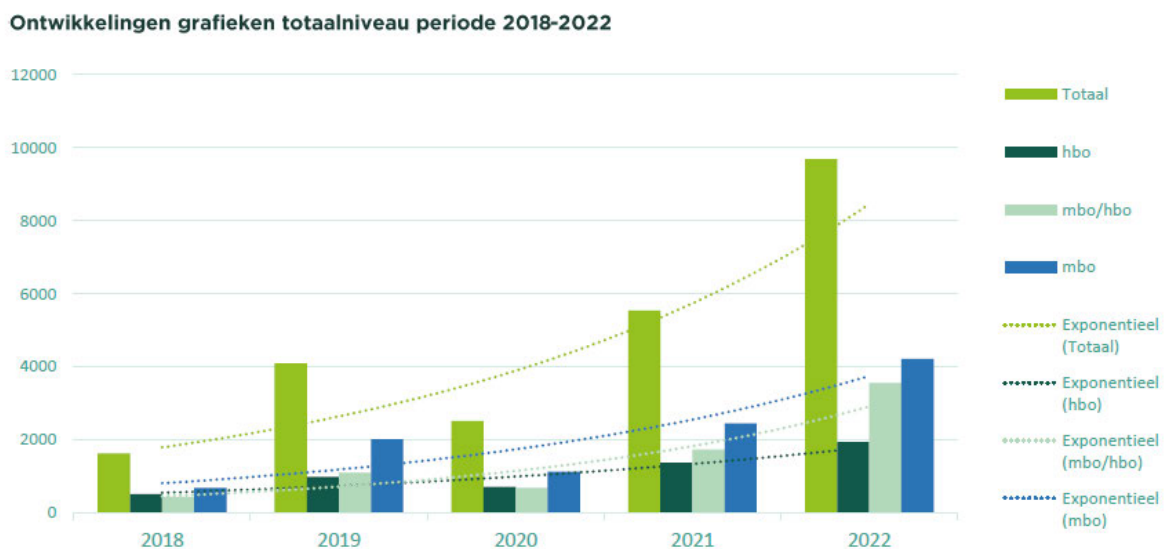
Methode

Voor het uitvoeren van de vacatureanalyse heeft Markteffect gebruik gemaakt van de database van Jobfeed, een big data tool waarin de online vacatures van de afgelopen jaren worden verzameld. Binnen de database worden vacatures ontdebeld, kan worden gefilterd op opleidingsniveau, branche, aantal fte en type adverteerder.

In de zoekopdracht naar diverse functietitels is er gezocht naar vacatures met de betreffende functietitel binnen de horeca, cultuur, sport en recreatie, reisbureaus/organisaties, congressen/ evenementen, verblijfs- en dagrecreatie en watersport. Hierdoor kunnen de getoonde resultaten als relevant voor de Ad-TEM opleiding worden beschouwd. Voor een uitwerking van de methode wordt verwezen naar bijlage D.

Resultaten

Onderstaand, figuur 7.6, volgen een aantal grafieken waarin een sterke stijging van het aantal relevante vacatures voor de Ad-TEM visueel worden weergegeven.



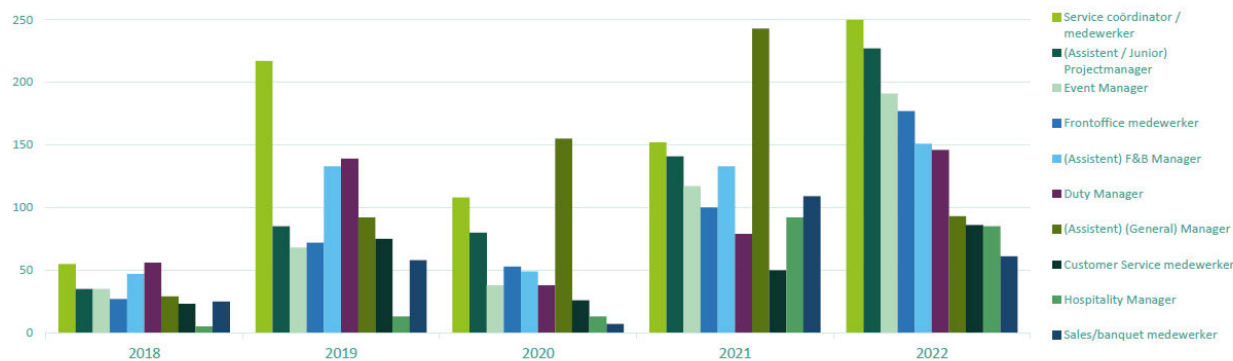
Figuur 7.6 Vacature ontwikkeling 2018-2022 totaalniveau Tourism and Event

In 2022 waren er in totaal 9692 vacatures, een groei van 175% ten opzichte van 2021. Wanneer er ingezoomd wordt op specifiek mbo/hbo-vacatures (lees: Ad-vacatures) dan is dit aantal 3548, waarbij er een groei te zien is van maar liefst 206% ten opzichte van 2021.

Op basis van de vacatureanalyse van Markteffect kan geconcludeerd worden dat bijna 37% van alle vacatures bestemd was voor een Ad'er. Hiermee is dan ook de verhouding Ad-functies ten opzichte van het totaal aantal functies in beeld gebracht. Hetgeen nog niet geconcludeerd kon worden op basis van ROA en LISA-cijfers in paragraaf 7.1.1 en 7.1.2.

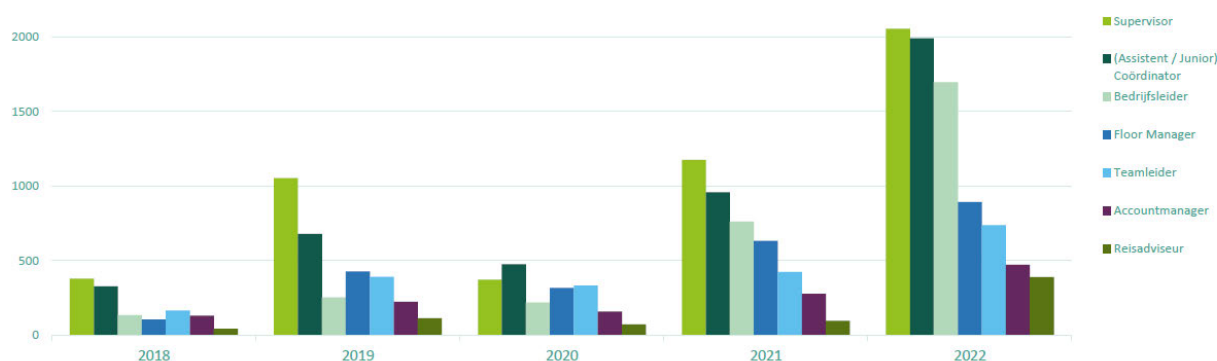
In totaal zijn 17 vacaturetitels meegenomen in de vacatureanalyse, allen gekoppeld aan de eerder benoemde relevante branches. Per functietitel kan de stijging van het aantal uitgezette vacatures voor de titels 'Service coördinator/medewerker', (Assistent/ Junior) Projectmanager' en 'Event Manager' als opvallend hoog worden beschouwd. Figuur 7.7 en figuur 7.8 geeft de ontwikkeling per functietitel in de periode 2018-2022 visueel weer. Voor de uitwerking van de grafieken in absolute waarde, wordt verwezen naar bijlage D.

Ontwikkelingen grafieken periode – functietitels met 0 – 250 uitgezette vacatures per jaar in de periode 2018-2022



Figuur 7.7 Ontwikkeling per functietitel 0-250 vacatures per jaar

Ontwikkelingen grafieken periode – functietitels met 250 – 2100 uitgezette vacatures per jaar in de periode 2018-2022



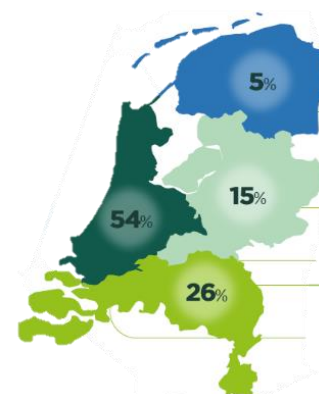
Figuur 7.8 Ontwikkeling per functietitel 250-2100 vacatures per jaar

Landelijke spreiding vacatures

De meeste vacatures voor relevante functietitels voor de Ad-TEM worden uitgezet in de Randstad. De regio welke hierop volgt is Zuid-Nederland met 26% van alle vacatures (figuur 7.9). Onder Zuid-Nederland vallen Zeeland, Noord-Brabant en Limburg.

Conclusie arbeidsmarktbehoefte

Geconcludeerd kan worden dat de arbeidsmarkt in de sector vraagt om personeel en dat deze vraag de laatste jaren alleen maar toeneemt. De vraag naar personeel is het grootste op operationeel niveau, dit is logisch gezien het operationele karakter van de sector. Echter, ook op mbo/hbo-niveau en op hbo-niveau stijgt de vraag naar gekwalificeerd personeel.



Figuur 7.9 Landelijke spreiding vacatures

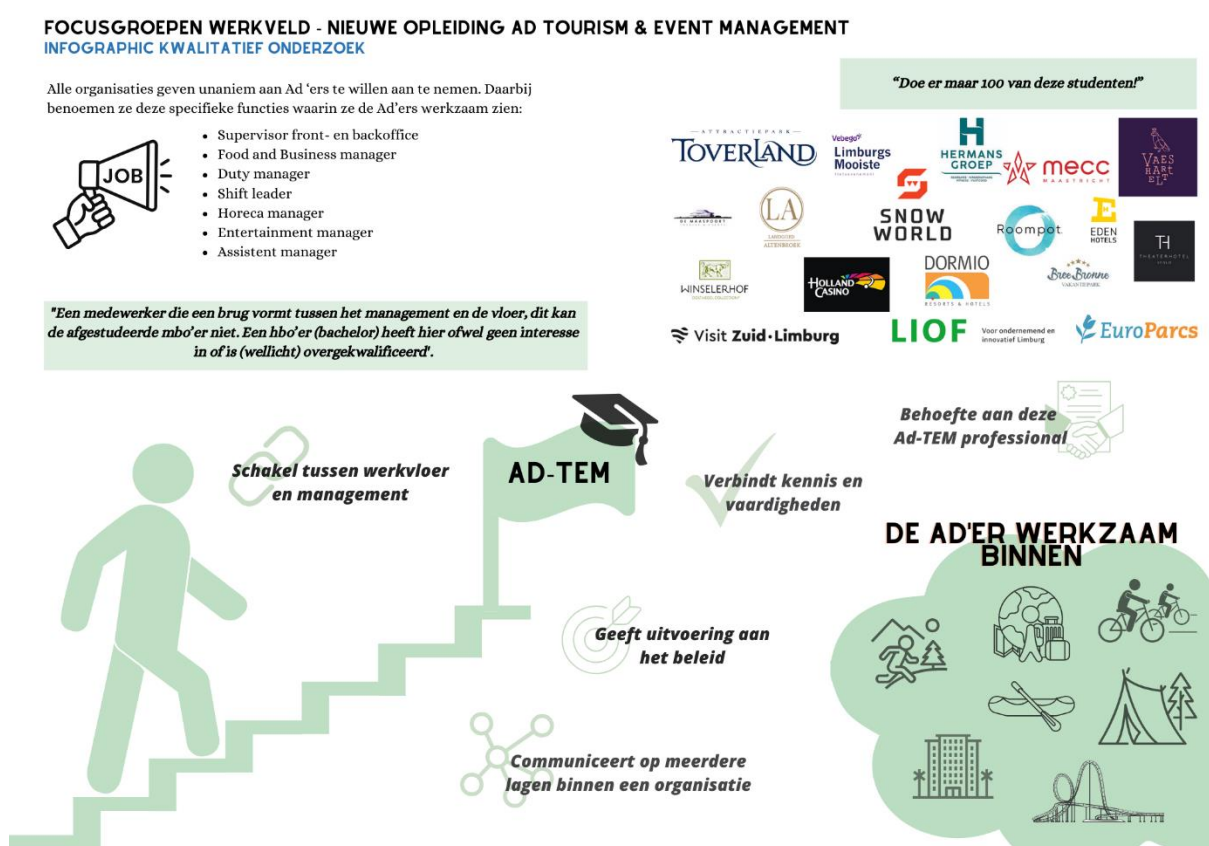
De vraag op Ad-niveau, is 3548 vacatures in 2022. Dat getal afgezet tegen de instroom in 2022 van 530 studenten (aan een Ad Tourism & Event Management opleiding of verwante opleiding, zie tabel 8.1), maakt dat er een flink hiaat ontstaat. Er is veel meer vraag naar vakmensen op Ad-niveau dan de aantallen die nu opgeleid worden. Dit percentage is slechts 15% van de totale vraag.

7.2 Kwalitatieve onderbouwing regionaal

Aanvullend aan het kwantitatieve onderzoek is er een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Hierbij is gebruik gemaakt van meerdere focusgroepen met in totaal twintig organisaties zowel landelijks als regionale uit de toerisme-, vrijetijds-, event- en overheidssectoren. Deze organisaties vormen een goede afspiegeling van de 7 eerdergenoemde domeinen in hoofdstuk 5 (zie bijlage E). Tijdens deze sessies hebben organisaties de gelegenheid gekregen om hun meningen, percepties en ideeën te delen over de nieuwe beoogde opleiding Ad-TEM. De conclusie die getrokken is:

De Ad-TEM professional is meer dan welkom in het werkveld, zelfs zijn er al concrete functies te benoemen voor deze professional. Het werkveld ziet de noodzaak en steunt de start van deze opleiding dan ook in volle overtuiging.

In figuur 7.10 zijn de resultaten van de focusgroepen visueel weergegeven. Voor een uitgebreid verslag wordt verwezen naar bijlage E.

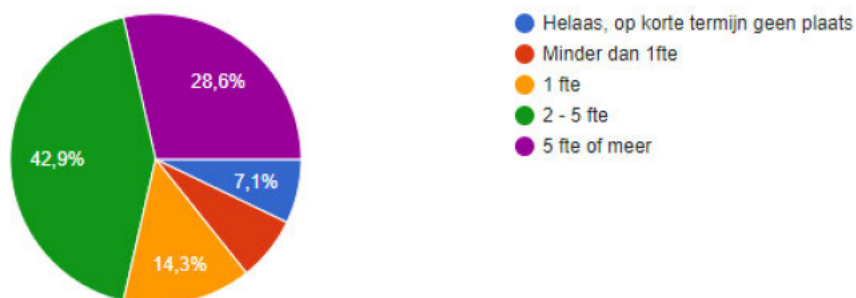


Figuur 7.10 Infographic werkveldsessies

Aan het werkveld is ook gevraagd in hoeverre behoefte is aan deze Ad-professionals. Onderstaande stelling is voorgelegd:

“Op basis van het beroepsprofiel acht ik het zeer aannemelijk dat onze organisatie over 2 jaar x-
aantal fte van de nieuwe opleiding zal aannemen.”

14 antwoorden



Figuur 7.11 Intentie aanname fte's

De lijst respondenten en de bedrijfsomvang in terug te vinden in tabel 7.1. Hoewel het weliswaar in omvang een beperkte steekproef betreft, geven maar liefst 13 van de 14 respondenten aan minstens één Ad-TEM'er aan te nemen.

	Organisatie	Bedrijfsomvang (aantal medewerkers) ¹¹	Intentie aanname Ad-TEM	Gemiddeld aantal fte per antwoordoptie
1	Dormio Resorts	201-500	2 - 5	3,5
2	Eden Design Hotels	501-1.000	1	1
3	Hermans Groep	201-500	2 - 5	3,5
4	Holland Casino	1.001-5.000	5 of meer	5
5	Hotel Vaeshartelt	51-200	5 of meer	5
6	Limburgs Mooiste	2-10	1	1
7	Liof	n.v.t.	x	X
8	Roompot	1.001-5.000	2 - 5	3,5
9	Snowworld		5 of meer	5
10	Theaterhotel Venlo	2-10	2 - 5	3,5
11	Toverland	501-1.000	5 of meer	5
12	Vanmelick Group		2 - 5	3,5
13	Visit Zuid Limburg		minder dan 1	0,5
14	MECC	51-200	2 - 5	3,5
	Totalen	8000	→	43,5

Tabel 7.1 Kwantificering behoefte Ad-TEM werkveld

De bovenstaande organisaties hebben een intentieverklaring afgegeven om binnen twee jaar in totaal ruim 40 fte Ad-TEM-alumni aan te willen nemen op basis van het beschreven beroepsprofiel. Dit getuigt van voldoende baanopeningen en deze uitkomst stemt overeen met de bevindingen van Markteffect.

¹¹ Bedrijfsomvang afkomstig van bedrijfspagina's LinkedIn (LinkedIn, 2023)

8. Analyse bestaand aanbod en inschatting verwante instroom

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de spreiding van het landelijk aanbod van verwante Ad-opleidingen. De instroomgegevens zijn geanalyseerd en zijn bepalend in de beoordeling of er ruimte is voor deze nieuwe Ad-opleiding.

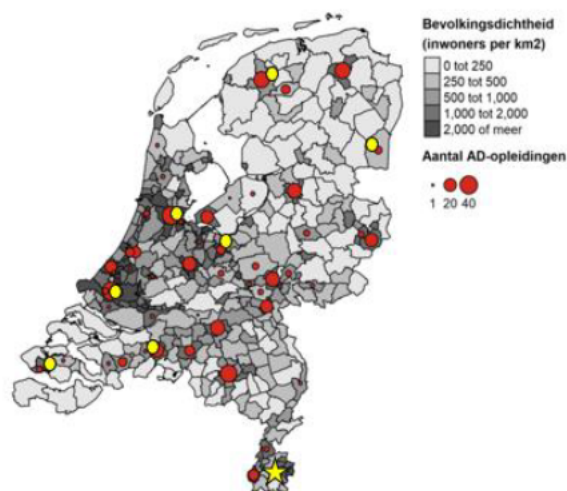
8.1 Spreiding landelijk aanbod

Het landelijk aanbod van Ad-opleidingen op het gebied van de Tourism & Events in Nederland is behoorlijk divers en verspreid over verschillende regio's. Er zijn verschillende hogescholen en onderwijsinstellingen die gerelateerde Ad-opleidingen aanbieden zie tabel 8.1.

Naam Ad	Onderwijsinstelling	Standplaats	Instroomcijfers Vereniging Hogescholen					
			2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ad Tourism Management	HZ University of Applied Sciences	Vlissingen	11	7	5	8	5	5
Ad Tourism Management	Breda University of Applied Sciences	Breda	109	124	106	127	75	98
Ad Tourism Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen / Leeuwarden	53	33	58	34	32	30
Ad Eventmanager	Hogeschool Utrecht	Amersfoort		96	167	177	127	154
Ad Leisure & Events Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen / Leeuwarden	53	56	61	73	65	102
Ad Hotel Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen / Leeuwarden	135	123	105	141	112	84
Ad Facilitair eventmanagement	In Holland	Diemen	47	59	68	55	43	57
Ad Events & Experience Management	Hogeschool Rotterdam	Rotterdam						n.v.t. ¹²
Totalen			408	498	570	615	459	530

Tabel 8.1 Overzicht gerelateerde Ad opleidingen op basis van NVAO en Vereniging Hogescholen

De jaarlijkse instroom (2022) van 530 studenten voorziet slechts voor 15% in de arbeidsmarktbehoefte volgens eerdergenoemde vacatureanalyse van Markteffect. Daarmee mag geconcludeerd worden dat er ruimte is in het landelijk aanbod voor een nieuwe Ad-opleiding.



Figuur 8.1 Spreiding van Ad-opleidingen (Overlegplatform Associate degrees, 2021) algemeen vs. gerelateerde Ad-opleidingen

Nu er aangetoond is dat er ruimte is binnen het landelijk aanbod, kan vervolgens ingezoomd worden op ruimte in het regionale aanbod. Gekeken naar de locaties van deze Ad-opleidingen, valt op dat in Limburg geen opleidingen worden aangeboden. Er is één gerelateerde opleiding welke niet bekostigd is en daardoor ook niet voor iedere potentiële student toegankelijk. Figuur 8.1 geeft een overzicht van de spreiding van Ad-opleidingen in het algemeen (rood) versus gerelateerde Ad-opleidingen (geel). Een nieuwe bekostigde Ad-opleiding in Heerlen, Zuid-Limburg is geografisch gezien een goede locatie.

Wanneer Zuyd Hogeschool deze Ad-opleiding aan haar portfolio heeft mogen toevoegen, is er een betere geografische spreiding binnen Nederland. Op dit moment wordt de dichtstbijzijnde gerelateerde Ad-opleiding aangeboden in Breda. Daarmee is aangetoond dat binnen een straal van 150 kilometer van Heerlen geen soortgelijke Ad-opleidingen worden aangeboden.

¹² Betreft een nieuwe opleiding waar nog geen instroomcijfers van opvraagbaar zijn.

9. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

In dit hoofdstuk wordt de noodzaak tot de start van de nieuwe opleiding beschreven, de ruimte in het bestaande opleidingsaanbod komt aan bod en een toelichting op waarom deze ontwikkeling past bij het profiel van de instelling.

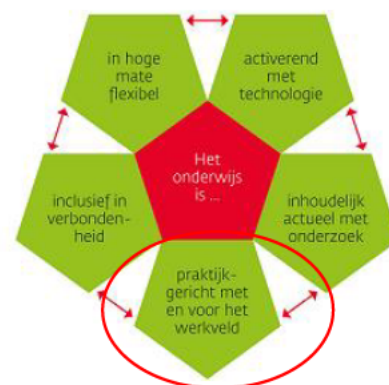
9.1 Ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Zuyd.

De visie van Zuyd op onderwijs is in figuur 9.1 weergegeven. Vanuit deze visie is ook het portfolio-beleid tot stand gekomen. En daarin is het volgende opgenomen:

“Zuyd ambieert een onderwijsaanbod dat is afgestemd op de beroepspraktijk, op de regionale behoefte en op de diversiteit van onze instroom.

Met de strategie ‘Passie voor ontwikkeling’ richt Zuyd zich op de succesvolle ontwikkeling van studenten tot goed opgeleide professionals en voor de regio relevante beroepskrachten. We doen dit met een goed doordacht onderwijsportfolio, dat bestaat uit een aanbod van opleidingen op verschillende niveaus in verschillende varianten en diverse vormen.

Het beheer van het onderwijsportfolio vraagt permanente aandacht zodat het aanbod aansluit bij de behoeften in de arbeidsmarkt en de vraag vanuit de regio.” (Zuyd Hogeschool, 2023)



Figuur 9.1 Visie op Onderwijs, (CvB Zuyd Hogeschool, 2021)

Momenteel is er onvoldoende aansluiting vanuit het huidige Zuyd-portfolio met het werkveld (zie rood omcirkelde vlak binnen figuur 9.1) wat betreft de branche toerisme en evenementen. De opleidingen van Hotel Management School Maastricht (hierna te benoemen als HMSM) en Facility Management (hierna te benoemen als FM) hebben hierin nog het meeste raakvlak. Echter, dit betreft bachelor opleidingen en voorzien daarin niet in de behoefte op Ad-niveau vanuit het werkveld in deze sectoren.

De behoefte aan de Ad-TEM ontstaat vanuit het werkveld doordat de huidige (relevante) bacheloropleidingen een (te) hoog instapniveau hebben voor de betreffende functies: de landelijk opgestelde hbo-standaarden, in combinatie met specifieke standaarden of speerpunten van individuele academies, sluiten niet geheel aan bij de behoeften van het werkveld omdat deze te zwaar zijn ingezet voor bepaalde functies en beroepen. Hierdoor ontstaat er een mismatch tussen (denk-) niveau van de studenten en hetgeen waar het werkveld om vraagt.

Ook de studenten zelf hebben andere verwachtingen en behoeftes: Studenten willen op een hogere functie instappen, of starten weliswaar op een functie op een ‘lager’ niveau, waarbij werkgevers de ervaring hebben dat deze young professionals snel zijn uitgekeken op hun functie en door willen groeien. Er ontstaat een groot verloop en daardoor is er weinig stabiliteit binnen de organisatie. In bijlage F, tabel F.1 is bovenstaande toelichting weergegeven.

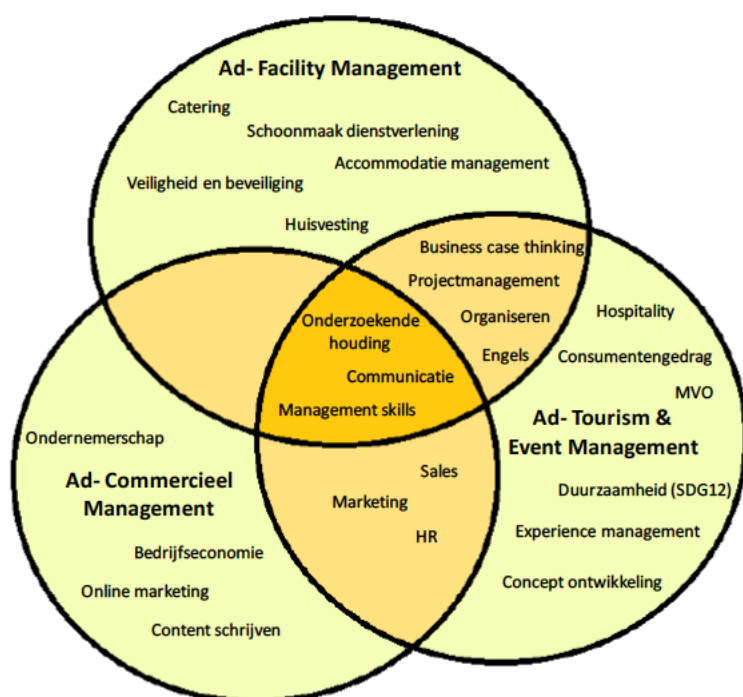
Zuyd Hogeschool, beschreven in haar visie en strategie, staat open voor uitbreiding van het portfolio en ziet om bovengenoemde redenen vooral kansen en behoeftes op het gebied van uitbreiding van het Ad-portfolio. Inmiddels hebben zowel het College van Bestuur, de Centrale Medezeggenschapsraad, de Academieraad en opleidingscoördinatoren positief ingestemd met het voornemen deze nieuwe Ad-TEM te starten.

9.2 Noodzaak voor uitbreiding versus integratie in huidige opleiding(en)

Terwijl de bacheloropleiding HMSM opleidt tot hospitality-professionals, en de FM opleidingen tot facilitaire managers, is er in het huidige portfolio geen 2-jarige Ad-opleiding die specifiek opleidt tot professionals in de toeristische & events sector. Op dit moment biedt Zuyd een drietal Ad's aan:

1. Ad Facility Management, hierna te benoemen als Ad-FM;
2. Ad ICT;
3. Ad Commercieel Management.

De Ad-ICT is in haar geheel totaal verschillend van de beoogde Ad-TEM en wordt ook vanuit een ander domein aangeboden. Deze wordt om die reden ook niet in verdere vergelijkingen meegenomen. De Ad-FM en de Ad Commercieel Management laten logischerwijs wel overeenkomsten zien omdat het beide economische opleidingen zijn. Toch beoogt de Ad-TEM verschillend te zijn: de verschillen en het unieke karakter van iedere opleiding is visueel weergegeven in figuur 9.2.



Figuur 9.2 Vergelijk huidig Ad aanbod Zuyd Hogeschool

Een gedetailleerde uitwerking van de verschillen tussen de beoogde Ad-TEM opleiding en de bestaande Ad-FM, beiden binnen dezelfde Academie aangeboden, is in bijlage G weergegeven. Geconcludeerd mag worden dat de opleidingen Ad-FM en Ad Commercieel Management inhoudelijk verschillen van de beoogde Ad-TEM. De nieuwe Ad-TEM is daarmee geen concurrent vanwege het onderscheidend curriculum en het toekomstig werkveld. Het unieke karakter van de Ad-TEM opleiding maakt dat het starten van een nieuwe opleiding binnen het portfolio van Zuyd Hogeschool gerechtvaardigd is.

10. Aansluiting instellingsprofiel

Zuyd is een brede hogeschool met een zestigtal bachelor- en masteropleidingen, Associate degree-programma's en een pre-bachelor in acht domeinen: Podiumkunsten, Beeldende Kunsten, International Business and Communication, Techniek, Gezondheidszorg en Welzijn, Business en Recht, Hotel en Facility Management en Educatie.

Zuyd Hogeschool is dé hogeschool van Zuid- en Midden-Limburg, met een stevige verankering in de (Eu)regio. Zuyd is gehuisvest op elf locaties binnen de gemeentes Heerlen, Maastricht en Sittard. Ongeveer driekwart van onze studenten komt uit Zuid- en Midden-Limburg, gemiddeld komt tien procent uit het Belgische en Duitse deel van de Euregio Maas-Rijn en daarbuiten. Het overgrote deel van de studenten loopt stage in de regio en een groot aantal gaat er na de studie ook aan de slag (Zuyd Hogeschool, sd).

Deze regio heeft echter ook te maken demografische krimp en met krapte op de arbeidsmarkt, waardoor belangrijk is om een breed en passend aanbod van onderwijs- en scholingsprogramma's in stand te houden dat goed aansluit op de behoeften van verschillende instromende doelgroepen en op de behoeften van de arbeidsmarkt. Het is voor de krappe arbeidsmarkt van groot belang dat Zuyd voldoende professionals aantrekt, opleidt, behoudt en levert aan de regionale arbeidsmarkt.

De voorgenomen Ad-TEM sluit daarom goed aan bij het instellingsprofiel van Zuyd, te meer omdat in het domein Hotel en Facility management reeds verschillende opleidingen worden aangeboden, maar tot nu slechts één Associate degree. De Ad-TEM is hierop een uitstekende aanvulling, te meer omdat het werkveld heeft aangegeven dat aan een dergelijke Ad behoefte is. Binnen Zuyd Hogeschool stroomt 15% na afronding van de Ad-studie door naar een bacheloropleiding (persoonlijke communicatie, dienst Marketingcommunicatie Zuyd Hogeschool, 2023). Zuyd Hogeschool heeft op dit moment geen bacheloropleiding Tourism & Event Management. Echter, gezien het karakter van de opleiding Ad-TEM en de inhoudelijke raakvlakken is het doorstromen (al dan niet met een schakelprogramma) naar de bachelor FM of de bachelor HMSM een mogelijke optie. Zodoende worden doorlopende studietrajecten gecreëerd en dat past weer bij de Zuyd-visie op eigentijds hoger beroeps onderwijs 'een leven lang leren'.

In hoofdstuk 9 is het unieke karakter van de opleiding Ad-TEM aangetoond en daarmee ook de noodzaak om dit vorm te geven in een nieuwe opleiding en niet als een uitstroomprofiel van een bestaande opleiding. De nieuwe opleiding Ad-TEM voorziet daarmee dus in een noodzakelijke aanvulling op eigen portfolio, maar daarnaast ook in een landelijke behoefte; de verwante huidige Ad-opleidingen voorzien slechts voor 15% in de landelijke behoefte op basis van de landelijke vacatureanalyse. Er is dus ruimte voor een additionele opleiding.

Daarmee is ook aangetoond dat er plaats is voor deze nieuwe beoogde opleiding in het land en dat dit geen kannibaliserende werking hoeft te hebben op de reeds bestaande verwante opleidingen landelijk en de reeds bestaande Ad-opleidingen binnen Zuyd Hogeschool. Bovendien voorziet Zuyd Hogeschool hiermee in een regionale behoefte omdat er in de regio geen verwante opleidingen worden aangeboden. Een regio die bekend staat om haar toerisme en vele evenementen.

11. RIO- indeling

De Ad-TEM opleiding valt onder het onderdeel Economie. Op basis van een verkenning van de RIO-indelingen in Nederland, zijn er een 3-tal RIO-nummers die passend kunnen zijn, te weten; 80009, 80040, 80104 (Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs, 2023). Aangezien de opleiding Ad-TEM zich richt op toerisme ("gastvrijheidssector" benoemd in RIO) (Tourism) én de eventbranche, is het RIO-nummer 80104 de classificatie die beide sectoren het best vertegenwoordigt.

12. Afstemming

Dit hoofdstuk beschrijft met welke partijen er intern en extern afstemming heeft plaatsgevonden.

12.1 Afstemming binnen de onderwijsinstelling

Binnen Zuyd Hogeschool heeft veelvuldig afstemming plaatsgevonden. De volgende belanghebbende partijen zijn betrokken in deze afstemming: Centrale Medezeggenschapsraad, Academieraad van Facility Management, Toets- en Examencommissie Academie Facility Management, dienst Onderwijs en Onderzoek, dienst Marketingcommunicatie en tot slot het College van Bestuur.

12.2 Afstemming verwante Ad- en Bacheloropleidingen

Om te komen tot een goede afstemming tussen de bestaande Bachelor en Ad verwante opleidingen zijn en worden een aantal stappen ondernomen. Reeds zijn de bestaande Ad-opleidingen geïnformeerd over de aanvraag van de nieuwe Ad-TEM. Daarbij sluit de Ad-TEM van Zuyd Hogeschool aan bij het Landelijke Overleg Ad Toerisme. Goed om te benoemen is dat BUAS, HZ University of Applied Sciences en NHL Stenden, buiten de Ad Tourism Management ook een Bachelor opleiding in dit domein aanbieden. Door afstemming met de Ad-opleidingen van deze onderwijsinstellingen, vindt dan ook indirect afstemming plaats met de verwante Bacheloropleidingen. Aan het landelijke overleg nemen de volgende opleidingen deel:

Opleiding	Onderwijsinstelling
Ad Tourism Management	BUAS
Ad Tourism Management	HZ University of Applied Sciences
Ad Tourism Management	HZ University of Applied Sciences
Ad Tourism Management Ad Hotel Management Ad Leisure & Events Management	NHL Stenden

In bovenstaande lijst opleidingen worden drie aan de Ad-TEM verwante Ad-opleidingen gemist; de opleidingen die gericht zijn op Events. Deze opleidingen zijn ook vertegenwoordigd in een landelijk overleg. Het betreft de volgende opleiding:

- Ad Eventmanager (Hogeschool Utrecht),
- Ad Facilitair eventmanagement (InHolland),
- Event & Experience Management (Hogeschool Rotterdam)

Via de opleidingsmanager Ad Eventmanager Hogeschool Utrecht, waar reeds contact mee gelegd is, zijn ook deze partijen ingelicht over het voornemen deze Ad-TEM te starten. Een vervolgoverleg met de opleidingsmanager van Ad Eventmanager Hogeschool Utrecht is geagendeerd en daarbij zullen de opleidingscoördinatoren van de Ad-TEM ook de intentie en wens uitspreken om ook bij dit landelijk overleg te mogen aansluiten.

Bibliografie

- Bureau BUITEN, F. D. (2019). *Bestemming Zuid-Limburg 2030 Visie Vrijtijdseconomie*. Limburg. Opgehaald van: <https://bureaubuiten.nl/projecten/visie-vrijtijdseconomie-zuid-limburg/#:~:text=De%20Visie%20Vrijtijdseconomie%20%E2%80%93%20Bestemming%20Zuid,verblijfsrecreatie%2C%20dagrecreatie%20en%20grootschalige%20evenementen>.
- CBS. (2023, Augustus 29). *www.cbs.nl*. Opgehaald van CBS: https://www.cbs.nl/item?sc_itemid=72b4276a-6c6c-4a5c-bcbc-fb5c575c3f3f&sc_lang=nl-nl
- CBS Statline. (2023, Juni). *CBS Statline*. Opgehaald van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/80474ned/table?ts=1695277042891>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022). *Standaard Bedrijfs Indeling 2008*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023). *Vacatures*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt/vacatures>
- Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs. (2023, september 20). *DUO.nl*. Opgehaald van <https://duo.nl/zakelijk/hoger-onderwijs/studentenadministratie/opleidingsgegevens-in-croho/raadplegen-en-downloaden.jsp>
- Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality. (2018). *Landelijk opleidingsprofiel 2018 Tourism Management*. Opgehaald van: <https://www.vereniginghogescholen.nl/profielenbank/b-tourism-management>.
- CvB Zuyd Hogeschool. (2021). *De Zuyd visie op eigentijds hoger beroepsonderwijs*. Heerlen.
- DUO. (2022). *Aantal instromende studenten in het mbo*. Opgehaald van Duo: https://duo.nl/open_onderwijsdata/middelbaar-beroepsonderwijs/aantal-studenten/instromende-studenten-mbo.jsp
- Interprovinciaal Overleg, h. M. (2021). *Actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland*. Nederland.
- Interprovinciaal Overleg, h. M. (2021, September). Opleiden met sectoroverstijgende kernkwaliteiten. *Actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland*, pp. <https://nbtcmagazine.maglr.com/publieksversie-herijkte-actieagenda/cover>.
- Kallenberg, T. v. (2020). *Leren (en) doceren in het hoger onderwijs (vierde druk)*. Boom.
- Landelijk Overleg Leisure Management. (2019). *Landelijk Profiel Leisure & Events Management*. Opgehaald van: <https://www.vereniginghogescholen.nl/profielenbank/b-leisure-events-management>.
- LinkedIn. (2023). *LinkedIn bedrijfspagina's*. Opgehaald van LinkedIn: <https://www.Linkedin.nl>
- LISA. (2023). *www.lisa.nl*. Opgehaald van <https://www.lisa.nl/data/gratis-data-recreatie-toerisme/overzicht-lisa-data-r-t-sector-per-provincie>
- Markteffect. (2021-2022). *Nationaal Studiekeuze Onderzoek*. Markteffect.
- Merriënboer, V. (1997). *4C/ID model*.

- NBTC. (sd). *Bredere belang van business events*. Opgehaald van NBTC:
<https://www.nbtc.nl/nl/site/kennisbank/zakelijk-toerisme/bredere-belang-van-business-events.htm>
- Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen. (2023). *Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheidsector*. Opgehaald van Dashboard NBTC:
<https://dashboard.nbtc.nl/dashboard/arbeidsmarktmonitor/>
- NRIT en Centre of Expertise Leisure, T. &. (2022). *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2022*. pagina 18 t/m 24: NRIT.
- Onderwijsinspectie. (2022). *Factsheet Associate degree- opleidingen 2017 - 2021*. Opgehaald van:
<https://www.deassociatedegree.nl/ad-in-cijfers/>: Onderwijsinspectie.
- Overlegplatform Associate degrees. (2021). Opgehaald van Overlegplatform Associate degrees:
<https://www.deassociatedegree.nl/ad-in-cijfers/>
- ROA. (2023, 07 14). *Arbeidsmarktprognoses tot 2026 per beroepsgroep*. Opgehaald van ROA Statistiscs : <https://roastatistics.maastrichtuniversity.nl/AIS/prognoseBRC.aspx>
- Vereniging Hogescholen. (2022). *Beschrijving Niveau 5 Associate degree*. Rotterdam. Opgehaald van:
https://www.deassociatedegree.nl/wp-content/uploads/Beschrijving-van-niveau-5_NL_nov2022-1.pdf.
- Vereniging Hogescholen. (2023). *Sectorplan HEO Samen waarde creëren voor brede welvaart*. Den Haag. Opgehaald van:
<https://www.vereniginghogescholen.nl/kennisbank/economie/artikelen/heo-sectorplan-2023-2027: Vereniging Hogescholen>.
- Vereniging Hogescholen. (sd). *Feiten en Cijfers*. Opgehaald van Vereniging Hogescholen:
<https://www.vereniginghogescholen.nl/kennisbank/feiten-en-cijfers>
- Zuyd Hogeschool. (2023, 08 23). *Managementinformatie van cijfers tot inzicht*. Opgehaald van Zuydnet: <https://www.zuydnet.nl/over-zuyd/feiten-en-cijfers/managementinformatie>
- Zuyd Hogeschool. (2023). *Portfoliobeleid Zuyd*. Opgehaald van zuydnet.nl:
<https://www.zuydnet.nl/over-zuyd/strategie-en-beleid/portfoliobeleid>
- Zuyd Hogeschool. (sd). *Onze focus*. Opgehaald van www.zuyd.nl: <https://www.zuyd.nl/over-zuyd/organisatie-en-beleid>