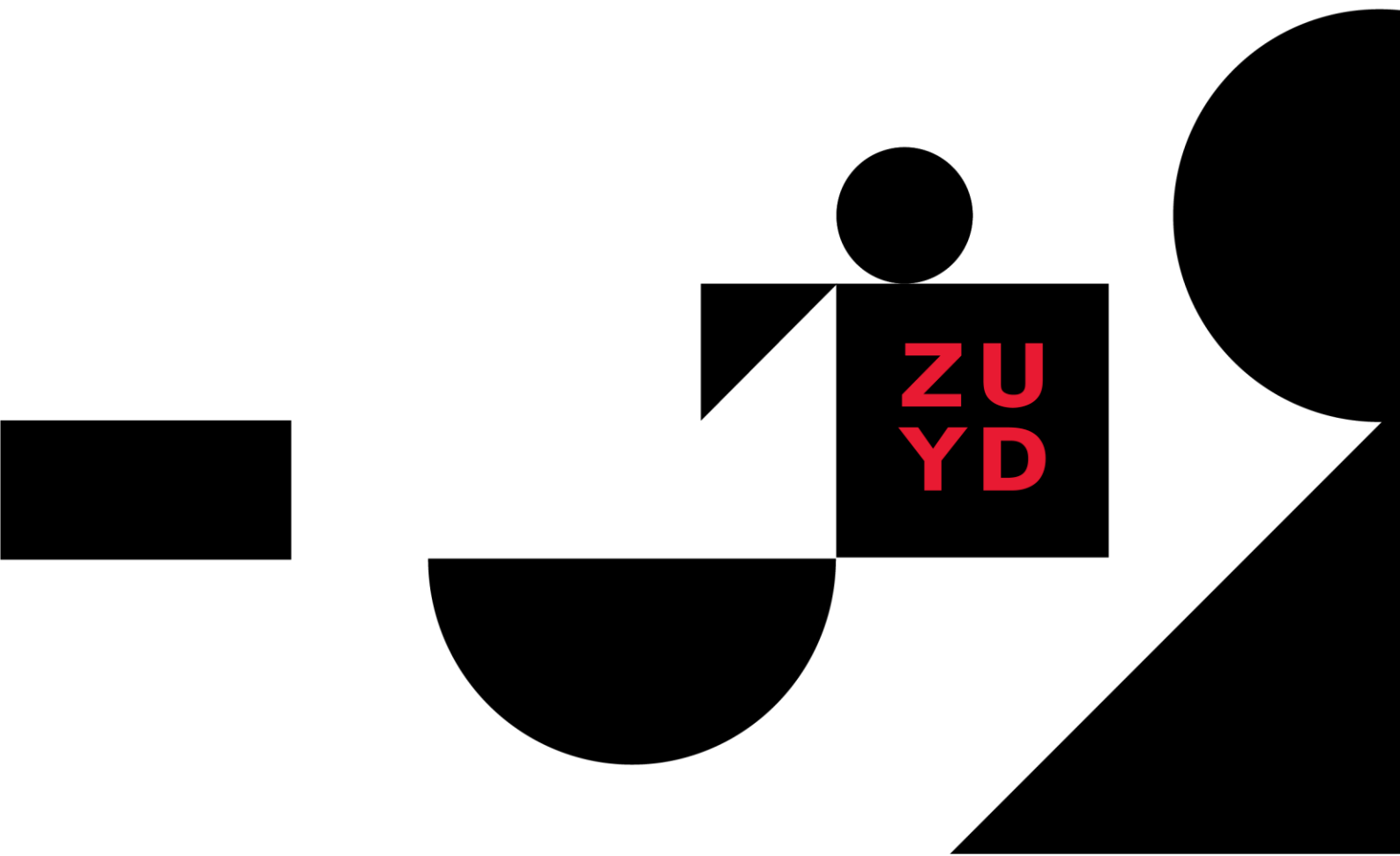


Associate degree Tourism & Event Management

AANVRAAG MACRODOELMATIGHEIDSTOETS NIEUWE OPLEIDING

Zuyd Hogeschool Heerlen, november 2024



Inleiding

De vraag naar professionals die zorgen voor een optimale gastbeleving binnen de toerisme en eventbranche is aantoonbaar aanwezig. Daarom is gekozen voor het indienen van een hernieuwde aanvraag voor de Associate degree Tourism & Eventmanagement, hierna te benoemen als Ad-TEM. De aanvraag is zorgvuldig herzien en onderbouwd met gedegen onderzoek. In deze aanvraag wordt duidelijk dat de sector behoefte heeft aan afgestudeerde Ad-TEM'ers die opereren tussen het hogere management en de uitvoering, waarbij zowel het strategisch inzicht als ook de hands-on bijdrage aan de gastbeleving centraal staat. Het niveau Associate degree is, gezien deze schakelpositie, het best passende niveau bij dit opleidingsprofiel én voor de aanstaande professionals.

In deze aanvraag worden de criteria voor het aantonen van de macrodoelmatigheid van de Ad-TEM toegelicht, om te beginnen met de arbeidsmarktrelevantie die wordt aangetoond. Vele werkpartners alsook externe onderzoeksbureaus en data van kennisinstellingen zijn betrokken en gebruikt in deze verantwoording. Daarnaast is verkend waarom juist Zuyd Hogeschool, gelegen in Zuid-Limburg, de meest voor de hand liggende onderwijsinstelling is die deze opleiding moet aanbieden.

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. De Ad-TEM profileert zich op zowel de publieke als zakelijke toerisme- en evenementenbranche.

Vooruitblik rapport

In hoofdstuk 1 en 2 worden de basisgegevens van de instelling en de opleiding gepresenteerd. Hoofdstuk 3, 4, 5 en 6 gaan in op de inhoud, de doelgroep, het beroeps-/arbeidsmarktprofiel van de afgestudeerde en de geschatte instroom in de Ad-TEM. In hoofdstuk 7 wordt uitgebreid de arbeidsmarktbehoefte onderbouwd middels verschillende kwantitatieve alsook kwalitatieve onderzoeken en data. In hoofdstuk 8 is de analyse van het bestaande aanbod weergegeven. De noodzaak tot start van deze nieuwe opleiding staat centraal in hoofdstuk 9, met aansluitend het instellingsprofiel en de aansluiting van de Ad-TEM op dit profiel in hoofdstuk 10. Tot slot komt de RIO-indeling in hoofdstuk 11 aan bod en de afstemming binnen- en buiten de onderwijsinstellingen in hoofdstuk 12.

Inhoud

1. Basisgegevens instelling	3
2. Basisgegevens opleiding	3
3. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma	4
4. Doelgroep van de opleiding en vooropleidingseisen	5
5. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden	6
6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding Ad-TEM	7
7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte	8
7.1 Kwalitatieve onderbouwing	8
7.1.1 Focusgroepen	10
7.1.2 Deelconclusie	10
7.2 Kwantitatieve onderbouwing landelijk	11
7.2.1 ROA opleidingstype	11
7.2.2 ROA beroepsgroep	11
7.2.3 Arbeidsmarktonderzoek Lexnova	12
7.2.4 Intentieverklaringen werkveld	13
7.2.5 Vacatureanalyse Lexnova	14
7.2.6 Vacatureanalyse Markteffect 2024	15
7.2.7 UWV	16
7.2.8 UWV-Spanningsindicator	16
7.2.9 Sector horeca volgens UWV	17
7.2.10 Gastvrijheidsmonitor NBTC	18
7.2.11 Arbeidsmarktonderzoek reiswerk	18
7.2.12 CBS	19
7.2.13 Nationale beroepengids	19
7.2.14 Sectorprognoses van banken	20
7.3 Kwantitatieve onderbouwing regionaal	20
7.3.1 Kansrijke beroepen	20
7.3.2 Koninklijke Horeca Nederland	20
7.3.3 Intentieverklaringen Zuyd Hogeschool	20
7.3.4 Arbeidsmarktonderzoek Lexnova	21
7.3.5 Vacature-analyses	21
7.4 Conclusie	21
8. Analyse bestaand aanbod en inschatting verwante instroom	24
8.1 Spreiding landelijk aanbod	24
9. Noodzaak tot start nieuwe opleiding	25

9.1 Geen ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Zuyd Hogeschool.....	25
9.2 Start nieuwe opleiding verbetert de geografische spreiding	26
10. Aansluiting instellingsprofiel	27
11. RIO-indeling	27
12. Afstemming	28
12.1 Afstemming binnen de onderwijsinstelling.....	28
12.2 Afstemming verwante Ad-opleidingen.....	28
Bibliografie.....	29

1. Basisgegevens instelling

Naam instelling(en) ¹	Zuyd Hogeschool
BRIN-code(s)	25JX
KvK-nummer(s)	14060995
Contactpersoon aanvraag	[Redacted]
Contactpersoon CvB	[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 2026
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

Op basis van de werkveldverkenning, het landelijk profiel Tourism Management (zie figuur 3.1), 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 (LR) centraal te stellen:

LR1: Initiëren en creëren	→	Ontwerpen van een optimale gastbeleving;
LR2: Realiseren & implementeren	→	Realiseren van een optimale gastbeleving;
LR3: Vermarkten	→	Positioneren en promoten van een optimale gastbeleving;
LR4: 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 3.1 De tourism professional (Landelijk opleidingsprofiel, 2018)

De leerresultaten van de opleiding Ad-TEM zijn afgestemd op de vastgestelde beschrijving niveau 5 (Vereniging Hogescholen, 2022)³. Daarnaast zijn de leerresultaten afgestemd met het heo-sectorplan, domein Hospitality (Vereniging Hogescholen, 2023)⁴, het Landelijk Opleidingsprofiel Tourism Management (Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, 2018)⁵ en het landelijk profiel Leisure & Events Management (Landelijk Overleg Leisure Management, 2019)⁶. De focus van het onderwijsprogramma ligt op:

- Maatschappelijk verantwoord en duurzaam handelen en ondernemen;
- Consumentengedrag (matching vraag en aanbod);
- HR-, management- en communicatievaardigheden;
- Gastbelevingen in zowel de publieke als zakelijke markt.

Het onderwijsprogramma kent in totaal 120 EC verdeeld over twee studiejaar. Het eerste jaar bestaat uit vier onderwijsblokken van elk tien weken. Binnen de onderwijsblokken staat telkens een authentieke beroepstaak centraal. 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.

³ Beschrijving niveau 5 Associate degree. Te raadplegen via: <https://ap.lc/dFJz>

⁴ HEO-sectorplan 2023-2027. Zie bijlage A.

⁵ Landelijk opleidingsprofiel Tourism Management. Te raadplegen via: <https://ap.lc/kKXWQ>

⁶ Landelijk profiel Leisure & Events. Te raadplegen via: <https://ap.lc/cVPYg>

	Blok 1	Blok 2	Blok 3	Blok 4	Credits
jaar 1	De tourism & event professional (groepsproduct)	Ontwerpen van een optimale gastbeleving (groepsproduct)	Positioneren & promoten #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 (groepsproduct)	Maatschappelijk verantwoord ondernemen (groepsproduct)	Coördineren van een optimale gastbeleving (individueel product)		60
			Loopbaan oriëntatie		
	Professioneel vakmanschap, Keuzedeel, HR en Managementvaardigheden, Communicatie, Finance				

Tabel 3.1 Concept onderwijsontwerp

4. Doelgroep van de opleiding en vooropleidingseisen

Zoals benoemd in het HEO-sectorplan (2023)⁷, 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. Door toevoeging van het Ad-niveau aan de beroepskolom worden meer kansen gegeven aan een brede diverse doelgroep.

De primaire doelgroep van de Ad-TEM zijn mbo'ers niveau 4 in de richting toerisme, hospitality en events (hierna te noemen de voorbereidende opleidingen). Daarnaast zijn ook mbo'ers met een andere studierichting welkom net als havisten, vwo-ers en studieswitchers (studenten die eerder gestart zijn aan een hbo-opleiding maar daarin niet de juiste keuze hebben gemaakt).

Er worden geen nadere vooropleidingseisen gesteld. Met minimaal één van onderstaande vooropleiding wordt de student toegelaten tot de Ad-TEM:

- Mbo-niveau 4;
- Havo/ vwo (ieder profiel);
- 21+ toelatingsonderzoek.

⁷ HEO-sectorplan 2023-2027. Zie bijlage A, p. 62.

5. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

De opleiding Ad-TEM leidt studenten op tot professionals die de verbinding maken tussen de werkvloer en het hogere management in de (zakelijke) event-, leisure- en de inkomende toerismesector. De opleiding stelt daarbij de gastbeleving centraal. Tevens wordt er aandacht besteed aan maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen, consumentengedrag en HR-, management- en communicatievaardigheden.

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

Beroepsprofiel Ad Tourism en Events Management

De Ad-TEM opereert in zowel de **publieke** als **zakelijk markt** op tactisch niveau en is de schakel tussen het hoger management en uitvoering. Hij⁸ 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 omgevings sensitief**, 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**. De Ad-TEM is in staat om een optimale gastbeleving te **ontwerpen, realiseren, positioneren, promoten en coördineren**.

De Ad-TEM is werkzaam in de verblijfs- en recreatiesector en eventbranche zoals bij recreatieparken, hotels, attractieparken, vrijetijdsorganisaties, evenementenorganisaties en -locaties. Voorbeelden van passende Ad-functies zijn duty/ floor manager, (assistent) accountmanager, sales & banqueting coördinator, project- eventmanager en bedrijfsleider.

⁸ Daar waar 'hij' wordt benoemd, wordt vanzelfsprekend ook zij en/of hen bedoeld.

6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding Ad-TEM

De voltijd doelgroep bestaat grotendeels uit doorstromers uit het mbo, zoals mbo'ers uit het Hospitality domein. De benaderingswijze van de instroomprognose voor de Ad-TEM richt zich op een benchmark met verwante Ad-opleidingen, zoals weergegeven in paragraaf 8.1. De opleiding verwacht, net als verwante opleidingen die meer in de periferie van Nederland liggen, een instroom van 30 studenten oplopend naar 40 studenten na drie jaar te kunnen behalen.

De instroom van relatief veel mbo'ers is kenmerkend voor het hbo-domein Hospitality (Vereniging Hogescholen, 2023, p. 84)⁹: gemiddeld 45% (2017-2021). De potentiële instroom in de nabije regio (straal van 30 km rondom Heerlen) bestaat uit 591 studenten (DUO, 2023), zie bijlage B. De beoogde instroom van 40 studenten op termijn is slechts 7% van deze populatie en daarmee is aannemelijk dat de te verwachten instroom behaald wordt (nog exclusief de potentiële instroom van havisten).

Wanneer hiervan 10% doorstudeert aan de Ad-TEM, wordt de verwachte instroom behaald. De volgende selectiecriteria zijn hierbij gebruikt:

- Regionale (Zuid-Nederland) opleidingen: VISTA College (Heerlen, Maastricht);
- Hoofdgroepen: Economie en administratie, Horeca en bakkerij, Toerisme en recreatie, Sport en veiligheid;
- Relevante voorbereidende opleidingen niveau 4: Business service, Evenementenorganisatie, Eventproducer, Ondernemen horeca/bakkerij, Sport en bewegen en Travel, Leisure & Hospitality.

Naast bovengenoemde opleidingen zijn er in de brede regio, met een straal van 130 km rondom Heerlen, ook voorbereidende opleidingen te vinden bij ROC Gilde opleidingen (Venlo), ROC (Tilburg), Summa college en de Rooi Pannen (Eindhoven, Tilburg). De instroom van deze opleidingen betreft in totaal 2256 studenten. Er zijn dus voldoende potentiële studenten die in de opleiding kunnen instromen.

⁹ HEO-sectorplan 2023-2027. Zie bijlage A, p. 84.

7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

In dit hoofdstuk wordt de arbeidsmarktbehoefte voor de Ad-opleiding Ad-TEM in kaart gebracht aan de hand van diverse cijfers. Gestart wordt met een kwalitatieve onderbouwing zowel landelijk als gericht op de regio in paragraaf 7.1. Vervolgens wordt ingegaan op de landelijke kwantitatieve behoefte in paragraaf 7.2, de regionale kwantitatieve behoefte in paragraaf 7.3. en afgesloten met een samenvatting en conclusie in paragraaf 7.4.

7.1 Kwalitatieve onderbouwing

In 2021 is onder regie van het ministerie van Economische Zaken een visiedocument¹⁰ opgesteld welke de ontwikkeling van de bestemming Nederland en de veranderende rol van toerisme schetst (Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, 2021). In deze actieagenda wordt in Pijler 5 (p. 31), gesteld dat *“voor een optimale gastvrijheidsbeleving moeten we investeren in het imago, de professionaliteit en de aantrekkelijkheid van de sector als werkgever. Dit kan met nieuwe vormen van opleiden, het aanspreken van nieuwe werknemers en het bieden van perspectief”*. Op p. 32 wordt dit vervolgd met; *“Leven Lang Ontwikkelen is een voorwaarde om als branche op de lange termijn succesvol te zijn en om als medewerker inzetbaar te blijven op de arbeidsmarkt. Dit vraagt om werkgevers die dit stimuleren en om opleiders met een opleidingsaanbod dat voldoet aan wat de arbeidsmarkt nodig heeft. Flexibel meebewegend met nieuwe inzichten, technieken en concepten. Toegankelijk: met doorlopende leerlijnen. En het valideren van praktijkervaring en (elders) verworven competenties moet mogelijk zijn.”*

Toerisme is een belangrijke pijler van de provincie Limburg. Vrijtijdseconomie is een middel voor de regionale ontwikkeling. Bureau BUITEN (2019)¹¹ omschrijft in de gezamenlijke visie tot 2030 van de Zuid-Limburgse gemeentes en de Provincie Limburg dat de vrijetijdseconomie opzichzelfstaand niet dient als doel, maar als middel om Zuid-Limburg te transformeren tot een aantrekkelijke regio om te wonen, werken, verblijven en recreëren. Specifiek kan de vrijetijdseconomie een aanzienlijke positieve bijdrage leveren aan de werkgelegenheid: op dit moment zorgt de sector al voor 8% van alle banen in de regio (p. 7).

De Provincie Limburg (2024) stelt in het provinciaal Beleidskader¹² *‘Werken aan een toekomstbestendige Economie’* dat toerisme en recreatie belangrijk zijn voor de Limburgse economie, vestigingsklimaat en de eigen inwoners (p. 44). Er wordt groei van toerisme verwacht en vernieuwing van het toeristisch recreatief bedrijfsleven blijft gestimuleerd worden met een focus op kwalitatief toerisme (duurzaam en gezond) (p. 44). Tevens wordt ingezet op het stimuleren van zakelijk toerisme door het organiseren van hoogwaardige congressen gerelateerd aan de kernthema's van de vier Limburgse Brightlands campussen (p.45). Bovenstaande wordt ondersteund door werkveldpartners Koninklijk Horeca Nederland en Toverland:

“Limburg staat bekend om haar hoge standaard van gastvrijheid binnen het (zakelijk) toerisme en de evenementensector. Het is van groot belang dat we deze reputatie behouden en versterken door te investeren in de opleiding van onze toekomstige professionals. Op deze manier kunnen we ook inspelen op de veranderingen in vraag vanuit het consumentenveld.” ([REDACTED], zie bijlage F).

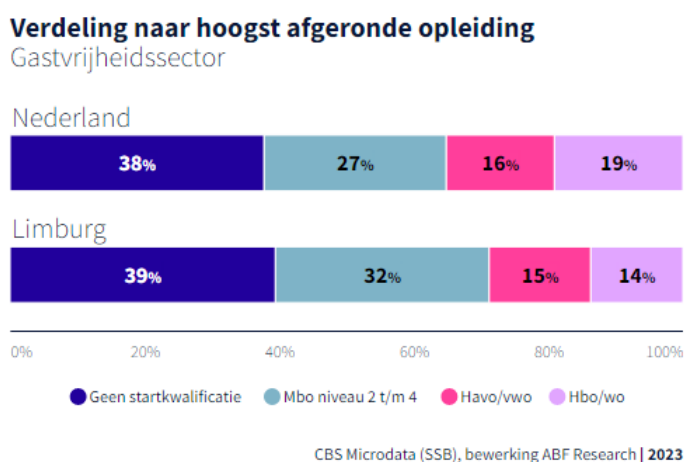
¹⁰ Actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland. Zie bijlage C.

¹¹ Bestemming Zuid-Limburg 2030. Visie Vrijtijdseconomie. Zie bijlage D.

¹² Beleidskader 2024-2027 Werken aan een toekomstbestendige economie. Zie bijlage E.

“Toverland juicht het initiatief van Zuyd Hogeschool om de Associate degree (Ad) Tourism & Event Management in Limburg te introduceren van harte toe, omdat de opleiding perfect aansluit bij onze behoefte aan collega’s die zowel strategisch inzicht en mensenkennis hebben, maar die het niet schuwen om de handen uit de mouwen te steken op de vloer. In de huidige arbeidsmarkt blijft het vaak lastig om professionals te vinden die de juiste combinatie van managementvaardigheden en een operationele drive hebben.” (██████████ ██████████ Attractiepark Toverland, zie bijlage G).

Uit de arbeidsmarktmonitor van NBTC¹³ blijkt dat werknemers in de gastvrijheidssector in Limburg minder vaak een hbo- of wo- opleiding hebben dan in de rest van Nederland, zie figuur 7.1.



Figuur 7.1 Verdeling naar hoogst afgeronde opleiding NBTC (2023)

Daarnaast wordt gezien dat ook de professionele instroom lager en de professionele¹⁴ uitstroom hoger is in Limburg in vergelijking met Nederland. Dit leidt ertoe dat er in Limburg relatief minder professionals in de gastvrijheidssector werken ten opzichte van Nederland, zie figuur 7.2.



Figuur 7.2 Aandeel professionele in- en uitstroom NBTC (2022)¹⁵

Deze data tezamen laten zien dat in Limburg werknemers in de gastvrijheidssector relatief weinig professioneel geschoold zijn. De Ad-TEM brengt hier verandering in door diverse doelgroepen te scholen tot Ad-niveau en zodoende bij te dragen om meer hoog opgeleide professionals in de gastvrijheidssector te laten werken.

¹³ NBTC (2023). Arbeidsmarktmonitor. Filter: Thema: Personeel - persoonskenmerken. Gastvrijheidssector, Nederland vergelijk met: Limburg. Te raadplegen via: <https://ap.lc/FWDK0>

¹⁴ Professionals worden in dit onderzoek beschreven als personen die al tenminste 5 jaar in de sector werken of die een relevante opleiding hebben afgerond.

¹⁵ NBTC (2022). Arbeidsmarktmonitor. Filter: Thema: Arbeidsmobiliteit - Omvang & samenstelling. Gastvrijheidssector, Nederland vergelijk met: Limburg. Te raadplegen via: <https://ap.lc/FWDK0>

7.1.1 Focusgroepen

In september 2024 is tijdens een focusgroep met zeven werkveldpartners gesproken over de nieuwe Ad-TEM. Tijdens deze focusgroep is de eerder opgehaalde kwalitatieve en kwantitatieve behoefte van deze werkveldpartners nogmaals bevestigd. Immers zijn voor de eerdere MDT aanvraag al in 2023 in totaal twintig regionale en landelijke organisaties middels focusgroepen gevraagd om hun mening ten aanzien van de nieuw beoogde opleiding Ad-TEM, een weergave hiervan is opgenomen in bijlage H. Hieruit kan de volgende conclusie getrokken worden: *De Ad-TEM professional is meer dan welkom in het werkveld, er zijn zelfs 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 7.3 zijn de resultaten van de in 2023 gehouden focusgroepen visueel weergegeven. Voor een uitgebreid verslag wordt tevens verwezen naar bijlage H. Uit de reactie van de focusgroep september 2024 en 5 aanvullende werkgevers (n=12) blijkt dat 10 van deze 12 werkgevers behoefte hebben aan afgestudeerden van de Ad-TEM en dat zij het meest behoefte hebben aan de volgende twee thema's; 'ontwerpen van optimale gastbeleving' en 'oog hebben voor de organisatie'.

FOCUSGROEPEN WERKVELD - NIEUWE OPLEIDING AD TOURISM & EVENT MANAGEMENT INFOGRAPHIC KWALITATIEF ONDERZOEK

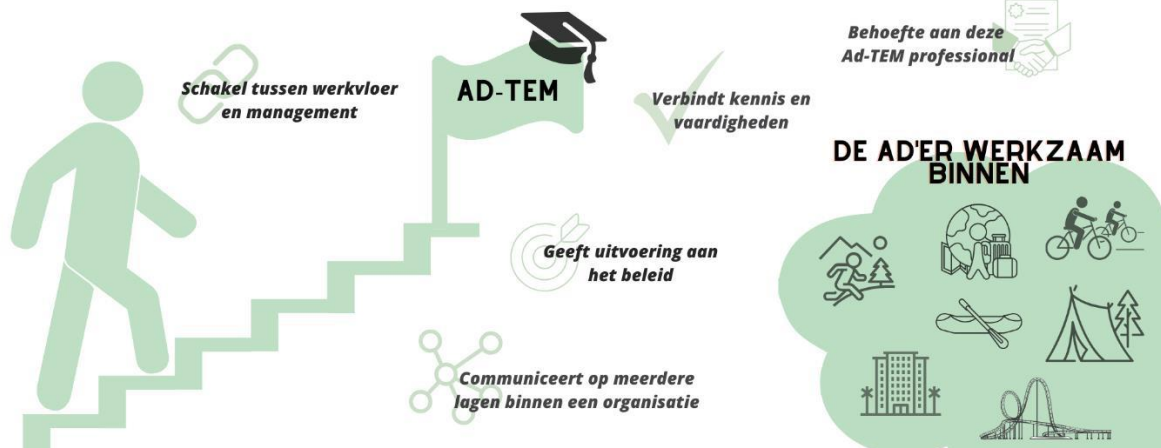
Alle organisaties geven unaniem aan Ad 'ers te willen aan te nemen. Daarbij benoemen ze deze specifieke functies waarin ze de Ad'ers werkzaam zien:



- Supervisor front- en backoffice
- Food and Business manager
- Duty manager
- Shift leader
- Horeca manager
- Entertainment manager
- Assistent manager

"Een medewerker die een brug vormt tussen het management en de vloer, dit kan de afgestudeerde mbo'er niet. Een hbo'er (bachelor) heeft hier ofwel geen interesse in of is (wellicht) overgekwalificeerd".

"Doe er maar 100 van deze studenten!"



Figuur 7.3 Infographic werkveldsessies

7.1.2 Deelconclusie

Geconcludeerd kan worden dat de sectoren (inkomend) toerisme, recreatie, gastvrijheid en events belangrijk zijn voor Limburg en specifiek Limburg behoefte heeft aan professioneel geschoolde medewerkers. Uit landelijke- als regionale visiedocumenten, focusgroepen en trend-rapportages blijkt dat er behoefte is aan een opleiding met een curriculum dat aansluit op dat wat de arbeidsmarkt nodig heeft: De medewerker van morgen moet flexibel kunnen meebewegen met nieuwe inzichten, technieken en concepten. Daarnaast moet deze medewerker zich bewust zijn van de economische, ecologische en maatschappelijke bijdrage die de sector levert aan Nederland.

7.2 Kwantitatieve onderbouwing landelijk

In deze paragraaf wordt de kwantitatieve behoefte vanuit drie aanvliegroutes onderbouwd. Gestart wordt met data vanuit ROA omdat de CDHO-regeling dit vraagt (sub paragraaf 1 en 2). De ROA-data sluiten niet goed aan bij de brede opleiding Ad-TEM. Gelukkig kan vanuit de tweede en derde aanvliegroute de kwantitatieve behoefte expliciet worden gemaakt. De tweede aanvliegroute betreft diverse soorten onderzoek uitgevoerd in opdracht van Zuyd Hogeschool. Het gaat om een arbeidsmarktonderzoek, twee vacature-onderzoeken en intentieverklaringen (sub paragraaf 3 t/m 6). De derde aanvliegroute betreft de resultaten van deskresearch: zoals data van het UWV en erkende publicaties waaruit ook de behoefte aan de opleiding blijkt (sub paragraaf 7 t/m 12).

7.2.1 ROA opleidingstype

Het opleidingstype bachelor horeca, vrije tijd en faciliteitsmanagement is het meest relevant omdat hierin sterk verwante Ad-opleidingen zoals Eventmanager, Leisure & Events Management en Tourism Management zijn opgenomen. ROA typeert de vooruitzichten in 2028 voor afgestudeerden van dit opleidingstype als gemiddeld tot erg laag en verwacht vrijwel geen knelpunten in de toekomstige personeelsvoorziening. Zie tabel 7.1.

Onderwerp	Aantal	Totaal 6 jaar, %	Indicator/ typering
Verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	2900	2	gemiddeld
Verwachte vervangingsvraag tot 2028	9000	8	erg laag
Verwachte baanopeningen tot 2028	11800	10	erg laag
ITKP toekomstig knelpunt personeelsvoorziening tot 2028			1.15, vrijwel geen

Tabel 7.1 Arbeidsprognose tot 2028 opleidingstype 'bachelor horeca, vrije tijd en faciliteitsmanagement

7.2.2 ROA beroepsgroep

De Ad-TEM kent een breed beroepsprofiel waarbij professionals leren managen en dienstverleners in de sector toerisme, gastvrijheid, recreatie en horeca. Hierdoor zijn zowel de beroepsgroep 'managers horeca' als de beroepsgroep 'manager gespecialiseerde dienstverlening' passend.

Uit het AIS van ROA (zie tabel 7.2), blijkt dat de beroepsgroep 'Managers horeca' landelijk 'enig' knelpunt heeft. Deze beroepsgroep is relevant, immers

- de belangrijkste bedrijfssector van deze beroepsgroep is horeca (94%).
- Wanneer deze beroepsgroep wordt verdeeld naar opleidingsachtergrond, zijn de meest voorkomende genoten opleidingen bachelor (22%), mbo4 (19%) en havo/vwo (16%).

Regio	Onderwerp	Aantal	Totaal 6 jaar, %	Indicator/ typering
NL	Verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	3000	12	Erg hoog
NL	Verwachte vervangingsvraag tot 2028	1800	8	Erg laag
NL	Verwachte baanopeningen tot 2028	4800	20	Gemiddeld
NL	ITKB toekomstig knelpunt beroepsgroep tot 2028			0.897 enige

Tabel 7.2 AIS van ROA. Arbeidsprognose tot 2028 beroepsgroep 'Managers horeca'

De beroepsgroep 'Manager gespecialiseerde dienstverlening' is ook deels passend voor afgestudeerden van de brede opleiding Ad-TEM. Immers 23.5% van de werkenden in deze beroepsgroep betreft de sector specialistische zakelijke dienstverlening en 4.7% van de werkende betreft de sector cultuur, sport en recreatie. Wanneer deze beroepsgroep wordt verdeeld naar opleidingsachtergrond, zijn de meest voorkomende genoten opleidingen bachelor (32%), master (29%), mbo4 (16%) en havo/vwo (7%). Uit het AIS van ROA, tabel 7.3, blijkt dat deze beroepsgroep landelijk een 'groot' knelpunt kent.

Regio	Onderwerp	Aantal	Totaal 6 jaar, %	Indicator/ typering
NL	Verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	2800	9	hoog
NL	Verwachte vervangingsvraag tot 2028	5800	19	gemiddeld
NL	Verwachte baanopeningen tot 2028	8600	28	gemiddeld
NL	ITKB toekomstig knelpunt beroepsgroep tot 2028			0.857/ groot

Tabel 7.3 AIS van ROA. Arbeidsprognose tot 2028 beroepsgroep 'Manager gespecialiseerde dienstverlening'

7.2.3 Arbeidsmarktonderzoek Lexnova

In opdracht van Zuyd Hogeschool heeft Lexnova Marktonderzoek in september (2024) door middel van een online enquête kwantitatief onderzoek¹⁶ uitgevoerd onder werkgevers naar de behoefte aan de Ad-TEM en de mening over de opzet en inhoud van de opleiding. De conclusie op p. 23 en 24 van het onderzoek vermeldt het volgende;

In totaal hebben netto 61 werkgevers (met een leidinggevende functie en/of die een rol spelen bij het aannemen en/of bijscholen van medewerkers¹⁷) deelgenomen aan het onderzoek. De onderzoeksvraag luidde als volgt: 'Hoe groot is het arbeidsmarktpotentieel van de Ad-TEM volgens werkgevers?'

¹⁶ Lexnova (2024) Arbeidsmarktonderzoek Ad-TEM. Bijlage I.1.

¹⁷ Lexnova (2024) Arbeidsmarktonderzoek Ad-TEM. Bijlagenrapportage. Achtergrondkenmerken p. 12-18. Bijlage I.2.

Uit het onderzoek komt naar voren dat de opleiding het overgrote deel van de werkgevers (zeer) aanspreekt (90%). 74% van de werkgevers spreekt de opleiding aan en 16% vindt de opleiding zeer aansprekend. Sterke punten zijn met name de aandacht voor de gastbeleving, de ruimte voor het leren in de praktijk en de brede oriëntatie. Onderwerpen en thema's die volgens werkgevers niet mogen ontbreken in de opleiding zijn onder andere: projectmanagement, marketing, klantbeleving, financieel management, ondernemerschap en eigenaarschap. Vaardigheden die veel worden genoemd zijn communicatievaardigheden, leiderschapsvaardigheden, zelfstandigheid, gastvrijheid en taalvaardigheden.

In het werkveld is volgens 51% van de werkgevers behoefte aan medewerkers die de Ad-TEM hebben afgerond. Ongeveer 51% van de werkgevers heeft momenteel medewerkers in dienst met het profiel (of vergelijkbaar) van de Ad-TEM. Werkgevers geven aan dat deze medewerkers onder andere werkzaam zijn als Eventmanagers, Eventcoördinatoren, Projectmanagers en (online) Marketeers.

Behoefte aan nieuwe medewerkers

In absolute aantallen is door 27 van de 61 werkgevers (44%) aangegeven dat zij in de komende twee jaar behoefte hebben aan nieuwe medewerkers in loondienst met een afgeronde Ad-TEM. In totaal geven werkgevers aan 109 medewerkers nodig te hebben in de komende twee jaar. Vertaald naar jaarlijkse cijfers betekent dit 54 nieuwe medewerkers op jaarbasis.

Behoefte aan extern personeel

In absolute aantallen is door 12 van de 61 werkgevers (20%) aangegeven dat zij in de komende twee jaar behoefte hebben aan nieuwe externe medewerkers op tijdelijke basis met een afgeronde Ad Tourism & Event Management van Zuyd Hogeschool. In totaal geven werkgevers aan 37 medewerkers nodig te hebben in de komende twee jaar. Vertaald naar jaarlijkse cijfers betekent dit 18 nieuwe medewerkers op jaarbasis.

7.2.4 Intentieverklaringen werkveld

Zuyd Hogeschool heeft werkveldpartners bevestigd op de behoefte aan Ad-TEM. De werkveldpartners zijn benaderd via e-mail en hebben een beroepsprofiel en formulier intentieverklaring ontvangen met de vraag deze te retourneren. Dit heeft geleid tot 36 ingevulde intentieverklaringen. De verklaringen samen leiden tot een behoefte aan 442 professionals in de komende 2 jaar, op jaarbasis betekent dit 221 professionals. Er is gekeken naar dubbelingen met het door Lexnova uitgevoerde arbeidsmarktonderzoek. Er zijn drie dubbelingen gevonden met samen een behoefte aan 11 werknemers. Het betreft

1. Brightlands Smart Services Campus;
2. Recreatiepark de Leistert;
3. LBG hotels.

Wanneer deze dubbelingen af gehaald worden van de totale behoefte wordt een totale behoefte van 431 in 2 jaar aangetoond. Als dit wordt vertaald naar jaarcijfers betekent dit een behoefte van 216 professionals.¹⁸

¹⁸ Zuyd Hogeschool, Intentieverklaringen werkveldpartners. Zie bijlage J.

7.2.5 Vacatureanalyse Lexnova

Lexnova heeft in oktober 2024 in opdracht van Zuyd Hogeschool een vacatureanalyse¹⁹ uitgevoerd. Voor deze analyse is gebruikgemaakt van vacaturedata van de tool Jobfeed van Textkernel. De criteria van de zoekopdracht bestaat uit een combinatie van aan de Ad-TEM gerelateerde beroepen en keywords uit het beroepsprofiel (p. 7). De ontwikkeling van relevante vacatures is onderzocht zowel vijf jaar als zestien weken vooraf aan de peildatum van 8 oktober 2024.

De beroepsnaam 'evenementen coördinator' is het meest voorkomende beroep in zowel de landelijke vijf jaar en zestien weken analyse, als de regionale vijf jaar analyse (p. 9, 10, 15 en 21).

De meest voorkomende sociale en professionele vaardigheden komen overeen met het beroepsprofiel. Het betreft communicatie, zelfmotivatie en coördineren (sociale vaardigheden), coaching en begeleiding, marketing, gastvrijheid en catering (professionele vaardigheden). Dit laat zien dat de criteria van de vacature-analyse goed aansluiten bij de opleiding. Uit de vacature analyse blijkt verder het volgende (p. 33-36):

- In vijf jaar tijd zijn er in totaal 18.415 vacatures geplaatst. In 4.746 vacatures werd om mbo/hbo-niveau gevraagd en in 13.669 vacatures werd om hbo-niveau gevraagd.
- Landelijk groeien de relevante vacatures in vijf jaar van 2.038 in 2019 naar 4.278 vacatures in 2024.
- Landelijk zijn er in de zestien weken voor de peildatum 1.255 vacatures geplaatst.
- Voor de bepaling van de regionale behoefte is gekeken naar de provincie Limburg. Hieruit blijkt dat het aantal vacatures in vijf jaar is gegroeid van 71 in 2019 naar 209 vacatures per jaar in 2024.
- Regionaal komt ook het beroep evenementen coördinator het meest naar voren.
- De werkgever met de meeste landelijke behoefte is Vermaat. Deze werkgever heeft ook een intentieverklaring getekend.
- Regionaal hebben MECC Maastricht, Personato en Snowworld de meeste vacatures geplaatst. MECC Maastricht en Snowworld hebben tevens een intentieverklaring getekend. Dit is een teken dat de gevonden vacatures aansluiten bij de regionaal opgehaald intentieverklaringen. Personato is een recruitmentbureau en is niet om een intentieverklaring gevraagd.

Om inzicht te krijgen in het aantal vacatures specifiek voor starters is op basis van een steekproef 100 vacatures geanalyseerd op relevantie en de hoeveelheid benodigde werkervaring (p. 31). Hierbij is 'gewenste werkervaring' ook geselecteerd als vacature waar om ervaring wordt gevraagd, terwijl deze vacatures ook kunnen worden vergeven aan starters. Uit onderzoek van UWV (2022) blijkt namelijk dat de functie-eis werkervaring een van de eisen is die werkgevers het vaakst laten vallen bij het zoeken naar kandidaten²⁰. Met deze methode bleken uit een steekproef van 100 vacatures, 8 vacatures niet relevant. Van de overgebleven 92 vacatures waren 28 vacatures, met de bovenbeschreven onderschatting, geschikt voor starters.

Wanneer de resultaten van deze steekproef worden toegepast op de eerder gevonden 209 vacatures per jaar in 2024, is 8% niet relevant. Van de 192 wel relevante vacatures is 30% (28/92) met onderschatting, een startersfunctie. Dit leidt tot minimaal 58 relevante regionale startersfuncties voor de Ad-TEM.

¹⁹ Lexnova (2024) Vacature-analyse Ad-TEM. Zie bijlage K

²⁰ UWV (2022). Belang functie-eisen bij personeelswerving. Zie bijlage L, p.1.

7.2.6 Vacatureanalyse Markteffect 2024

Markteffect heeft in opdracht van Zuyd Hogeschool voor de eerdere aanvraag in 2023 een vacatureanalyse voor het profiel van de Ad-TEM opgesteld met peilperiode 2018-2022. Zuyd Hogeschool heeft in 2024 gevraagd de vacatureanalyse te herhalen met een nieuwe peilperiode²¹. De methode is gelijk gebleven; er is in de database van Jobfeed gezocht naar 17 relevante functietitels, voor het profiel van afgestudeerden van de Ad-TEM (p. 5). Uit de analyse blijkt dat:

- Het totale aantal gevonden vacatures is toegenomen van 1617 in 2018 naar 8090 in 2024 (p. 9).
- Het aantal vacatures op hbo-niveau is toegenomen van 511 in 2018 naar 1681 in 2024 (p. 9)
- Het aantal vacatures op mbo/hbo-niveau is toegenomen van 427 in 2018 naar 2413 in 2024 (p. 10)
- Wanneer de vacatures regionaal worden ingedeeld in provincies blijken 7% van de vacatures in de provincie Limburg te zijn uitgezet. 32% van de vacatures is in het grote afzetgebied van de Zuyd Hogeschool; de drie provincies Noord-Brabant, Gelderland en Limburg (p. 12).
- Wanneer er wordt gekeken naar uitgezette vacatures in de periode 2018-2022 blijkt er sprake te zijn van een stijging in het aantal vacatures met trefwoorden die relevant zijn voor de Ad-TEM (p. 18-19). Er is een grote stijging in het aantal vacatures waarin het trefwoord gastvrijheid naar voren komt.

In het besluit op een eerdere aanvraag van de Ad-TEM, heeft de CDHO-commissie een kleine kanttekening gezet bij een aantal gevonden vacatures, doordat het niet allemaal startersfuncties betreft. In de door Markteffect gehanteerde methode is het niet mogelijk geweest te filteren op werkervaring. De opleiding heeft zelf in een steekproef van 100 vacatures vermeld hoeveel jaren werkervaring gevraagd wordt in de vacaturetekst.²² Hieruit blijkt dat van de 100 vacatures 60 vacatures passend zijn doordat er geen of tot 2 jaar werkervaring wordt gevraagd.

Wanneer de resultaten van deze steekproef worden toegepast op de eerder gevonden 2413 landelijke vacatures op mbo/hbo niveau per jaar in 2024, is 7% van toepassing op de provincie Limburg. Dit leidt tot een resultaat van $2413 * 7% * 60% = 101$ regionale startersfuncties voor de Ad-TEM, met een gevraagde werkervaring tot maximaal 2 jaar. De gevonden aantallen beperken zich beiden tot de vacatures waarin om mbo/hbo niveau is gevraagd. Ondanks dat dit het Ad-niveau het meest rechtvaardigt, zullen zich ook geschikte vacatures bevinden voor de Ad-TEM in de categorie hbo-niveau, de gevonden aantallen zijn dus een onderschatting van het aantal werkelijke vacatures.

²¹ Markteffect (2024). Vacatureanalyse Ad-TEM. Bijlage M.

²² Analyse Zuyd Hogeschool startersfuncties. Zie bijlage N, kolom H.

7.2.7 UWW

Beroepen met veel werk en kansrijke beroepen.

De volgende beroepen zijn passend bij de Ad-TEM en opgenomen in een overzichtslijst van het UWW (z.d.) genaamd 'beroepen met veel werk'.

- Leidinggevenden banqueting²³;
- Managers hotel en congrescentrum²⁴.

De volgende beroepen zijn passend bij de Ad-TEM en opgenomen in een overzichtslijst 'kansrijke beroepen'²⁵:

- Commercieel medewerker binnendienst
 - Omschrijving; Zorgt voor offertes, contracten, administratieve afhandeling en informeert klanten, mbo/hbo werk- en denkniveau, communicatief, commercieel, administratief.
- Accountmanager zakelijke diensten
 - Omschrijving; Combinatie van relatiebeheer en sales op het gebied van zakelijke diensten, Communicatief, overtuigingskracht, onderhandelings-vaardigheden, klant- en marktgericht.
- Manager horeca
 - Omschrijving; Bedrijfsleiders/ managers in restaurants of hotels. Horeca-ervaring of -opleiding gevraagd. Ondernemend, gastvrij, team kunnen aansturen.

Deze beroepen worden als passend beschouwd omdat de Ad-TEM in de evenementenbranche altijd start met het proces van offerte en contractering voordat het evenement georganiseerd kan worden. Daarnaast moet de Ad-TEM'er vaardig zijn in klant- en marktgerichte sales en relatiebeheer. Het beroep 'Manager horeca' is passend doordat de Ad-TEM daar met oog voor gastvrijheid het team kan aansturen op gastbeleving.

7.2.8 UWW-Spanningsindicator

Wanneer wordt gekeken naar de spanning op de arbeidsmarkt, wordt gericht op het beroep 'Manager horeca'. Dit beroep sluit aan bij de opleiding Ad-TEM en is een ISCO-niveau 3 beroep. Dit niveau houdt in dat het complexe taken omvat waarvoor middelbaar of hoger onderwijs vereist is. Andere in de spanningsindicator opgenomen beroepen zijn te breed om richting te geven aan de arbeidsmarktbehoefte.

Hoge spanningsindicatoren landelijk en regionaal.

In tabel 7.4 zijn de spanningsindicatoren van drie regio's weergegeven. De drie regio's in Limburg samen en Nederland als geheel.

²³ UWW (UWW, Leidinggevenden banqueting , z.d.) (z.d.). Leidinggevende banqueting. Te raadplegen via: <https://ap.lc/ToUCc>

²⁴ UWW (z.d.). Managers hotel en congrescentrum. Te raadplegen via: <https://ap.lc/lwOOj>

²⁵ UWW (2024). Kansrijke beroepen. Te raadplegen via: <https://ap.lc/WlPhi>

Arbeidsmarktregio	Q2 2024	Q1 2024	Q4 2023	Q3 2023	Q2 2023	Q1 2023	Q4 2022	Q3 2022	Q2 2022	Q1 2022
'Noord-Limburg, Midden-Limburg en Zuid-Limburg'	12.19	8.46	8.56	16	9.39	7.34	7.2	10.28	12.19	7.37
Nederland	9.2	8.4	9.09	10.43	8.11	6.15	8.33	9.49	6.05	6.55

Tabel 7.4 Spanningsindicator van UWV (z.d.)²⁶ in drie regio's en landelijk.

Als eerste valt op dat de spanningsindicator de afgelopen twee jaren in alle periodes en in alle belanghebbende regio's erg hoog is. Een spanningsindicator boven tussen de 4 en 16 (maximum) heeft immers de waarde 'zeer krap'. Daarnaast scoorden alle kwartalen, op twee na, in de regio Limburg hoger dan de landelijke spanningsindicator. Deze spanningsindicatoren geven blijk van een arbeidsmarktbehoefte aan managers horeca en dus de opleiding Ad-TEM in Nederland en in Limburg in het bijzonder.

7.2.9 Sector horeca volgens UWV

De sector horeca wordt beschreven in het document 'Horeca in beeld'²⁷. Het UWV volgt de afbakening van het CBS en gaat uit van drie subcategorieën: eet en drinkgelegenheden, kantines en catering, en logiesverstrekking. In het document staat beschreven dat de vraag naar personeel groter is dan voor de coronapandemie door een hoge vervangingsvraag in de sector (p. 1). Typerend kenmerk voor horecapersoneel is dat het bovengemiddeld ten opzichte van andere sectoren gaat om jongeren, zonder startkwalificatie die in deeltijd werken met een flexibel contract (p. 3, tabel kenmerken). Dit personeel wordt gemanaged door de Manager horeca waar de Ad-TEM voor opleidt. Op p. 4 wordt de grote vervangingsvraag door hoog personeelsverloop in de horeca besproken, er werden in 2023 en 2024 115.000 vacatures verwacht. Op p. 6 wordt de oplossing voor de krappe arbeidsmarkt beschreven. De eerste beschreven oplossing 'goed werkgeverschap' kan worden gemanaged door de Ad-TEM.

Het UWV biedt oplossingen voor tekorten in horecaberoepen en benoemt hierbij als oplossing voor medewerkers bediening onder andere aandacht voor scholing en ontwikkeling van medewerkers²⁸. Het implementeren van diverse passende oplossingen is typisch een vaardigheid van de Ad-TEM.

In de online publicatie (UWV, 2023) 'Ook in 2023 enorme vraag naar horecapersoneel'²⁹ wordt het personeelstekort besproken. Onder de kop 'Veel vacatures door hoog verloop werknemers' wordt geschreven:

"Maar ook in 2023 blijft de vraag naar horecamedewerkers groot. Er is vooral veel vraag naar koks, medewerkers bediening en fastservice, hotelreceptionisten en hotel- en restaurantmanagers. In het 1e kwartaal stonden er 35.000 vacatures open. Tot 2024 worden er in totaal 115.000 vacatures verwacht. De horeca kent traditioneel een hoog verloop van werknemers. Anders dan in andere landen leunt de sector in Nederland veel op scholieren en studenten met bijbanen, die relatief snel uitstromen en vervangen moeten worden."

²⁶ UWV (z.d.). Dashboard Spanningsindicator. Te raadplegen via: <https://ap.lc/gousc>

²⁷ UWV (2023). Horeca in beeld. Zie bijlage O.

²⁸ UWV (2024). Oplossingen voor tekorten horecaberoepen. Te raadplegen via: <https://ap.lc/OSsoZ>

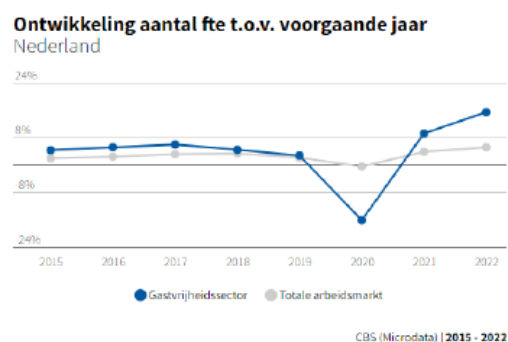
²⁹ UWV (2023). Ook in 2023 enorme vraag naar horecapersoneel. Te raadplegen via: <https://ap.lc/DTuah>

Hieruit blijkt dat er veel vacatures zijn in de horeca en dat er veel scholieren en studenten werken in de horeca. Het personeelsmanagement van deze jongeren is een van de kernvaardigheden van de Ad-TEM.

7.2.10 Gastvrijheidsmonitor NBTC

De NBTC is in 2019 gestart met een arbeidsmarktmonitor Toerisme, deze is doorontwikkeld naar een arbeidsmonitor Gastvrijheidssector. De meest recente Arbeidsmonitor Gastvrijheidssector 2023 bevat cijfers van 2022 en geeft op sommige onderdelen een inkijk in 2023³⁰, p. 1. De monitor omvat alleen de directe werkgelegenheid, werkgelegenheid bij toeleveranciers of uitzendkrachten zijn niet meegenomen. De belangrijkste resultaten die blijken uit de samenvatting van deze monitor zijn:

- Het aantal bedrijven binnen de sector is gegroeid van plusminus 100.000 in 2013 tot ruim 152.000 in 2022, p. 3.
- De ontwikkeling van het aantal fte's t.o.v. vorige jaren met 8% in 2021 en 16% in 2022 is gegroeid t.o.v. het voorgaande jaar en groter dan de totale landelijke arbeidsmarktbehoefte, zie figuur 7.4, p. 4.
- De groei van het aantal banen en fte's zet door in 2023. In beide kwartalen van 2023 is het aantal banen nu zelfs hoger dan in dezelfde periode voor de pandemie (2019), p. 7.



Figuur 7.4 Ontwikkeling aantal FTE's in de gastvrijheidssector

7.2.11 Arbeidsmarktonderzoek reiswerk

Panteia (2023) heeft in opdracht van Reiswerk een arbeidsmarktonderzoek afgenomen voor de reisbranche resulterend in de monitor Arbeidsmarkt Reiswerk 2023³¹. De opleidingscodes van verwante Ad en Bachelor opleidingen vallen binnen dit onderzoek (p. 40).

- Op p. 6 van de kwartaalmonitor is te zien dat het totale aantal fte in de reisbranche op bijna 10.000 fte ligt. Dit totale aantal fte is groter in 2023 dan in 2022 en 2021.
- Vanaf p. 11 begint de jaarmonitor. Op p. 29 van de jaarmonitor is te zien dat in 2022, 62% van de organisaties personeel heeft aangenomen en 43% van de organisaties personeel hebben zien vertrekken.
- Op p. 31 van de monitor arbeidsmarkt is te zien dat in 2022, 71% van de organisaties met 10+ medewerkers een toename van de personeelsontwikkeling verwachten. In 2021 was dit zelfs 83%.
- Op p. 32 van de jaarmonitor is te zien dat de meeste organisaties verwachten dat het meest lastig is om personeel te werven voor functies in advies en verkoop. Tevens verwachten organisaties juist in deze functies personeel aan te trekken.

³⁰ Landelijke data alliantie (2023). Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheidssector 2023. Samenvatting resultaten. Zie bijlage P.

³¹ Panteia (2023). Monitor Arbeidsmarkt Reiswerk 2023. Zie bijlage Q.

7.2.12 CBS

Het CBS laat een jaarlijkse groei van medewerkers zien in de sectoren: Horeca, Sport, cultuur en recreatie, zie tabel 7.5 (CBS StatLine, 2024)³².

Bedrijfstak x1000	Augustus 2021	Augustus 2022	Augustus 2023	Augustus 2024
I. Horeca	190	203	210	210
R. Sport, cultuur en recreatie	97	103	105	108

Tabel 7.5 CBS werkgelegenheid

Aanvullend valt op dat in tabel 7.6 genoemde, voor de Ad-TEM gerelateerde bedrijfstakken, een groei laat zien van opgerichte bedrijven ten opzichte van 2021.

SBI	Bedrijfstak x1000	2021	2022	2023
55	Logiesverstrekking	915	800	810
823	Organisatie van congressen, beurzen	85	95	120
90, 91, 93	Cultuur sport en recreatie	9995	10305	12780

Tabel 7.6 CBS totaal oprichting van bedrijven ³³

Het grote aantal werknemers actief in de sectoren en de groei van het aantal nieuwe organisaties is een indicatie van de omvang en de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden Ad-TEM.

7.2.13 Nationale beroepengids

Wanneer in de nationale beroepengids gezocht wordt op de woorden toerisme, horeca en events, dan komen de volgende beroepen naar voren;

- Het beroep eventmanager is een zeer passend beroep voor de Ad-TEM. Een hbo-opleiding hotel- of eventmanagement ligt het meest voor de hand, aldus de nationale beroepengids.nl (z.d.)³⁴. De baankans is geclassificeerd als 'gemiddeld'.
- Het beroep Manager horeca is een passend beroep voor de Ad-TEM, een Manager horeca geeft leiding aan een groep werknemers die werkzaam zijn in de horeca³⁵. Een hbo-opleiding zoals HEAO ligt het meest voor de hand, aldus de nationale beroepengids.nl (z.d.). De baankans is geclassificeerd als 'zeer goed'³⁶.

³² CBS Statline (2024). Werkgelegenheid; banen, lonen, SBI2008 per maand. Filter: Bedrijfstakken: I Horeca, R Cultuur, sport en recreatie, kenmerken soort baan: reguliere baan en WSW, periode peildatum augustus 2021, augustus 2022, augustus 2023, augustus 2024. Te raadplegen via: <https://ap.lc/PZwWq> Zie bijlage R.

³³ CBS Statline (2024). Bedrijven; oprichtingen, bedrijfsgrootte, rechtsvorm, bedrijfstak. Filter op bedrijfstakken 2e digit- I Horeca 55 Logiesverstrekking +R Cultuur, sport en recreatie + 90 Kunst, 91 bibliotheken, musea en natuurbehoud + 93 Sport en recreatie. Te raadplegen via: <https://ap.lc/VdhUJ> Zie bijlage S.

³⁴ Nationale beroepengids (z.d.). Event Manager. Te raadplegen via: <https://ap.lc/vTHGI>

³⁵ Horeca is een acroniem van hotel, restaurant en cafés

³⁶ Nationale beroepengids (z.d.). Manager horeca. Te raadplegen via: <https://ap.lc/mQwtC>

7.2.14 Sectorprognoses van banken

Uit arbeidsmarktinformatie van de Rabobank blijkt dat het zeer aannemelijk is dat de behoefte aan Ad-TEM stijgt. Sectorspecialist Horeca en Recreatie ██████████ (2024) stelt in een online update van deze sector³⁷: *“Door de stijgende koopkracht, meer evenementen en groeiend toerisme blijft de consument naar de horeca gaan, maar ook dit jaar lopen de kosten weer verder op.”* ██████████ doelt daarbij vooral op de nieuwe cao, die flinke druk op de personeelskosten zet. Uit de sectorprognose van juni (Rabobank, 2024)³⁸ blijkt uit figuur 1 dat er in 2024 en 2025 2% groei wordt verwacht in de sector horeca en recreatie.

De groei binnen de vrijetijdssector wordt onderschreven door de ABN Amro bank. Zij stellen in de meest recente sectorprognose van juni (2024)³⁹, een groei van 3% in 2024 en 1.5% in 2025. De belangrijkste oorzaak is de toename van consumptie en inkomend toerisme. Meer aandacht voor scholing blijft essentieel. Onder de kop ‘vraag naar personeel blijft onverminderd hoog’ staat vermeld:

“De krappe arbeidsmarkt speelt veel ondernemers in de vrijetijdssector ook parten. In het eerste kwartaal van 2024 gaf 41 procent van hen aan een tekort aan personeel als belemmering te ervaren. In tegenstelling tot veel andere sectoren speelt vergrijzing van de werknemers minder een rol. Een grotere uitdaging vormt de hoge uitstroom van personeel, veroorzaakt door het forse aandeel jongeren; begin 2024 was 57 procent van de werkenden in de horeca tussen de 15 en 25 jaar.”

7.3 Kwantitatieve onderbouwing regionaal

In deze paragraaf worden de regionale argumenten beschreven die de regionale kwantitatieve behoefte aan de Ad-TEM onderschrijven.

7.3.1 Kansrijke beroepen

De drie eerdergenoemde landelijke kansrijke beroepen van het UWV⁴⁰ ‘Manager horeca’, ‘Commercieel medewerker binnendienst’ en ‘Accountmanager zakelijke dienstverlening’ zijn tevens regionale kansrijke beroepen. Dit blijkt uit de regionale analyses van zowel Noord-, Midden-, als Zuid-Limburg.⁴¹

7.3.2 Koninklijke Horeca Nederland

Koninklijke Horeca Nederland (2024) heeft van de eerdergenoemde arbeidsmarktmonitor een infographic gemaakt per provincie. In de infographic⁴² van de provincie Limburg is te zien dat:

- Het aantal horecabedrijven in Limburg stijgt met 15% (p.1);
- Het aantal dienstverbanden in Limburg stijgt met 8% (p.1).

7.3.3 Intentieverklaringen Zuyd Hogeschool

Van de 36 getekende intentieverklaringen zijn er 31 (86%) getekend door alleen regionale werkgevers. Als wordt gekeken naar de regionale baanopeningen leidt dit in de komende twee jaar tot 139, jaarlijks betekent dit 70 baanopeningen. De ondertekende intentieverklaringen zijn te vinden in bijlage J.

³⁷ Rabobank (2024). Rustige tijden in food? Schijn bedriegt. Zie bijlage T.

³⁸ Rabobank (2024). Sectorprognoses: hoofdrol voor binnenlandse en buitenlandse politieke ontwikkelingen. Zie bijlage U.

³⁹ ABN-AMRO (2024). Groei bestedingen en toerisme stutten vrijetijdssector. Te raadplegen via: <https://ap.lc/WLAMl>

⁴⁰ UWV (2024). Kansrijke beroepen. Te raadplegen via: <https://ap.lc/WIPhi>

⁴¹ UWV (2024). Kansrijke beroepen per arbeidsmarktregio. Te raadplegen via: <https://ap.lc/wGZCo>

⁴² KHN (2024). Infographic Limburg. Zie bijlage V.

7.3.4 Arbeidsmarktonderzoek Lexnova

Het in paragraaf 7.2.3 beschreven arbeidsmarktonderzoek laat een regionale behoefte zien doordat er slechts uit drie provincies werkgevers zijn gevraagd naar hun behoefte aan nieuwe of externe werknemers met het profiel Ad-TEM.

7.3.5 Vacature-analyses

De beide vacatureanalyses van Lexnova en Markteffect beschreven in 7.2.5 en 7.2.6 geven tevens een regionaal beeld doordat er naast een landelijke weergave ook specifiek wordt ingegaan op de provincie Limburg. Uit de analyse van Lexnova blijkt:

- dat het aantal vacatures in vijf jaar is gegroeid van 71 in 2019 naar 209 vacatures per jaar in 2024.
- Regionaal komt ook het beroep evenementencoördinator het meest naar voren.
- Regionaal hebben MECC Maastricht, Personato en Snowworld de meeste vacatures geplaatst. MECC en Snowworld hebben ook een intentieverklaring getekend. Personato is een recruitmentbureau en is niet om een intentieverklaring gevraagd.

Uit de vacatureanalyse van Markteffect blijkt het volgende:

- Wanneer de vacatures regionaal worden ingedeeld in provincies blijken 7% van de vacatures in de provincie Limburg te zijn uitgezet.
- 32% van de vacatures is in het grote afzetgebied van de Zuyd Hogeschool; de drie provincies Noord-Brabant, Gelderland en Limburg (p. 12).
- Dat specifiek voor de provincie Limburg, het aantal gevonden vacatures binnen de zoekopdracht is gestegen van 459 in 2023 naar 573 vacatures (p. 14).

7.4 Conclusie

Ondanks de getoonde ROA-cijfers laadt het werkveld een andere behoefte zien. Middels aanvullende onderzoeken is dit in kaart gebracht. Hieronder de uitkomsten samengevat:

De landelijke behoefte

Arbeidsmarktonderzoek Lexnova	<ul style="list-style-type: none"> • 44% van de werkgevers geeft aan behoefte te hebben aan nieuwe Ad-TEM-medewerkers • Resulteert in een absolute behoefte van 54 nieuwe medewerkers op jaarbasis • Aanvullend nog 18 nieuwe medewerkers extern
Intentieverklaringen werkveld	<ul style="list-style-type: none"> • 36 intentieverklaringen opgehaald • Resulteert in een jaarlijkse behoefte van 216 nieuwe medewerkers
Vacatureanalyse Lexnova	<ul style="list-style-type: none"> • Landelijk zijn er in de zestien weken voor de peildatum 1.255 vacatures geplaatst
Vacatureanalyse Markteffect	<ul style="list-style-type: none"> • Het aantal voor het profiel Ad-TEM relevante vacatures mbo/hbo- en hbo-niveau was in 2024 landelijk 4094 • In de periode 2018 tot 2024 is hier een stijging in te zien
Data UWV	<p>Kansrijke (voor de Ad-TEM) beroepen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Commercieel medewerker binnendienst • Accountmanager zakelijke diensten • Manager horeca
Gastvrijheidsmonitor NBTC	<p>De gastvrijheidssector /toerisme geeft het volgende beeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groei van het aantal bedrijven met 52% in 10 jaar tijd • Groei van het aantal FTE van 16% in 2022 t.o.v. 2021

Arbeidsmarktonderzoek Reiswerk	<ul style="list-style-type: none"> Groei van aantal FTE sinds 2021 71% van de bedrijven verwacht ook de komende tijd een groei in aantal benodigde FTE Functies advies en verkoop (= relevante Ad-TEM functie) verwacht moeilijk in te kunnen vullen
CBS	<ul style="list-style-type: none"> De twee sectoren Horeca en Sport, cultuur en recreatie geven een groei van medewerkers aan sinds 2021 De aan de Ad-TEM gerelateerde bedrijfstakken geven daarnaast ook een groei in aantal organisaties aan
Nationale beroepengids	<ul style="list-style-type: none"> De baankans voor het beroep "eventmanager" wordt geclassificeerd als "gemiddeld" De baankans voor het beroep "manager horeca" wordt geclassificeerd als "zeer goed"
Sectorprognoses van banken	<ul style="list-style-type: none"> Er wordt een groei verwacht in de vrijetijdssector van 3% in 2024 en 1,5% in 2025 41% van de ondernemers geeft aan een tekort aan personeel als belemmering te ervaren

Regionale behoefte

Daarnaast is er ook specifiek ingezoomd, waar mogelijk, om de regionale behoefte in kaart te brengen, in onderstaande tabel zijn deze uitkomsten samengevat:

Kansrijke beroepen	<ul style="list-style-type: none"> De eerder genoemde kansrijke beroepen zijn ook in de regio Limburg kansrijke beroepen
Koninklijk horeca Nederland	<ul style="list-style-type: none"> Het aantal horecabedrijven in Limburg stijgt met 15% Het aantal dienstverbanden in Limburg stijgt met 8%
Intentieverklaringen regionale werkveld	<ul style="list-style-type: none"> Van de opgehaalde intentieverklaringen zijn jaarlijks 70 baanopeningen van regionaal opererende ondernemingen
Arbeidsmarktonderzoek Lexnova	<ul style="list-style-type: none"> Bovengenoemde uitkomsten bij de landelijke behoefte mag ook regionaal gezien worden aangezien er alleen regionale bedrijven in betrokken zijn (de provincies Limburg, Brabant, Gelderland): Resulteert in een regionale behoefte van $(54+18) = 72$ nieuwe medewerkers
Vacatureanalyse Lexnova	<ul style="list-style-type: none"> De regionale behoefte is gekeken naar de provincie Limburg. Hieruit blijkt dat het aantal vacatures in vijf jaar is gegroeid van 71 in 2019 naar 209 vacatures per jaar in 2024. Wanneer de resultaten van deze steekproef worden toegepast op de eerder gevonden 209 vacatures per jaar in 2024, is 8% niet relevant. Van de 192 wel relevante vacatures is 30% (28/92) met onderschatting, een startersfunctie. Dit leidt tot minimaal 58 relevante regionale startersfuncties voor de Ad-TEM.
Vacatureanalyse Markteffect	<ul style="list-style-type: none"> Resulteert 101 regionale starters-functies voor de Ad-TEM, met een gevraagde werkervaring tot maximaal 2 jaar

Zuyd Hogeschool heeft diverse onderzoeken uitgevoerd om de arbeidsmarktbehoefte kwantitatief te duiden. Het arbeidsmarktonderzoek uitgevoerd door Lexnova leidt tot een behoefte aan 72 nieuwe medewerkers (landelijk) per jaar. De eigen ontdekte intentieverklaringen leiden tot een behoefte van 216 (442-11/2) medewerkers per jaar. Totaal leidt dit tot een behoefte van 288 medewerkers met een Ad-TEM profiel per jaar. Deze behoefte is niet geëxtrapoleerd en logischerwijs is de totale behoefte dus groter.

Zowel kwantitatief als kwalitatief is de behoefte aan nieuwe medewerkers met het afstudeerprofiel van de Ad-TEM aangetoond. Er zijn verschillende aanvullende onderzoeksmethoden toegepast en dat maakt dat er verschillende aantallen getoond zijn. De twee vacatureonderzoeken hebben met een onderscheidende zoekopdracht onderzoek gedaan naar de kwaliteit en kwantiteit van vacatures met het profiel Ad-TEM. Lexnova komt met een benaderingswijze die het aantal startersfuncties onderschat tot 58 gevonden regionale (provincie Limburg) vacatures per jaar en Markteffect met 101 vacatures. De overall conclusie is dat alle aanvullende onderzoeken een toenemende behoefte en groei van de sectoren aantonen.

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 divers en verspreid over verschillende regio's. De in tabel 8.1 opgenomen opleidingen zijn sterk verwant aan de Ad-TEM en worden tevens in voltijd aangeboden.

Naam Ad	Onderwijsinstelling	Standplaats	Instroomcijfers Vereniging Hogescholen					
			2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ad Tourism Management	HZ University of Applied Sciences	Vlissingen	7	5	8	5	5	11
Ad Tourism Management	Breda University of Applied Sciences	Breda	124	106	127	75	98	102
Ad Tourism Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen / Leeuwarden	33	58	34	32	30	25
Ad Eventmanager	Hogeschool Utrecht	Amersfoort	94	142	150	101	125	176
Ad Leisure & Events Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen	6	13	9	8		
Ad Leisure & Events Management	NHL Stenden Hogeschool	Leeuwarden	27	45	25	24	30	25
Ad Facilitair eventmanagement	In Holland	Diemen	59	68	55	43	57	86
Ad Events & Experience Management	Hogeschool Rotterdam	Rotterdam						78
Totalen			350	437	408	288	345	503

Tabel 8.1 Instroom voltijd gerelateerde Ad opleidingen, bron; Vereniging Hogescholen

Bovengenoemde opleidingen zijn sterk verwant doordat de opleidingen inhoudelijk sterk overeen komen (1), opleiden tot min of meer dezelfde beroepen (2), toegankelijk zijn voor min of meer dezelfde doelgroep (3) en in dezelfde voltijdse opleidingsvorm aangeboden worden (4).

De niet vermelde opleiding Ad Hotel Management van NHL Stenden is zijdelings verwant. Deze opleiding komt minder overeen omdat de opleiding zich ook richt op gastronomie (1), zich beperkt tot de hotelsector (2), zich door de Engelse voertaal op de opleiding richt op een andere doelgroep (3), de opleiding wordt zowel voltijd als duaal aangeboden.

De jaarlijkse instroom (2023) van 503 studenten voorziet slechts voor een gedeelte in de arbeidsmarktbehoefte:

- Volgens eerder genoemde vacatureanalyse van Lexnova (zestien weken voorafgaand aan de peildatum) voorziet de instroom voor 40% zijn in de arbeidsmarktbehoefte van 1.255 vacatures (mbo/hbo vacatures).
- Volgens eerder genoemde vacatureanalyse van Markteffect (volledige jaar 2024) voorziet de instroom voor 12% in de arbeidsmarktbehoefte van 4094 vacatures (mbo/hbo vacatures 2413 + hbo vacatures 1684).

Daarmee blijkt uit beide afzonderlijke analyses dat er meer dan voldoende ruimte is in het landelijk aanbod voor een nieuwe Ad-opleiding.

9. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

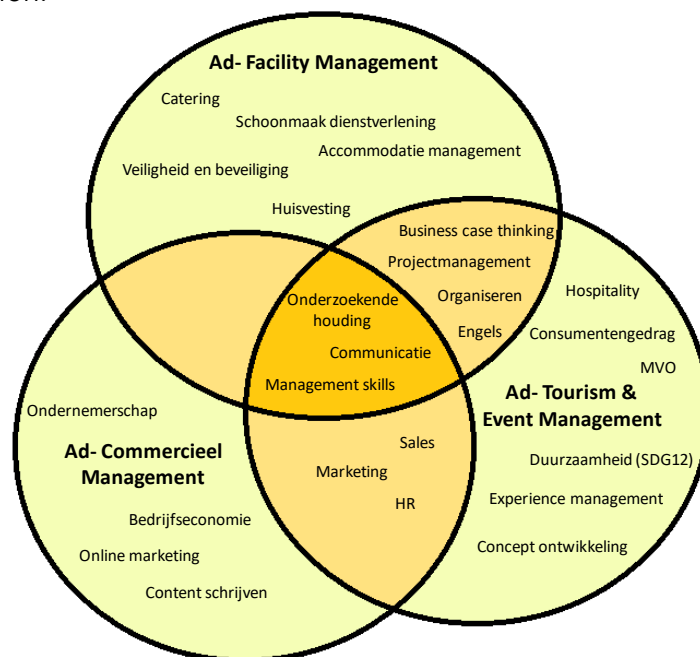
In dit hoofdstuk wordt de noodzaak tot de start van de nieuwe opleiding beschreven, de ruimte in het bestaande opleidingsaanbod komt aan bod en een toelichting op waarom deze ontwikkeling past bij het profiel van de instelling.

9.1 Geen ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Zuyd Hogeschool.

In het huidige portfolio van Zuyd Hogeschool is geen 2-jarige Ad-opleiding die specifiek opleidt tot professionals in de toeristische & evenementen branche gericht op hospitality. Op dit moment biedt Zuyd Hogeschool een zestal verschillende Ad's aan:

1. Ad Commercieel Management;
2. Ad Engineering (deeltijd);
3. Ad Facility Management, hierna te benoemen als Ad-FM (voltijd en deeltijd);
4. Ad ICT (voltijd en deeltijd).

De twee Ad-opleidingen Ad Facility Management (Ad FM) en de Ad Commercieel Management (Ad CM) behoren net als de beoogde Ad-TEM tot het economisch domein. Deze opleidingen verschillen echter inhoudelijk van de beoogde Ad-TEM. Zo is te zien in figuur 9.1 aan de lichtgeel gekleurde bollen. Daarnaast is ook de context anders, de context van de Ad-TEM richt zich specifiek op de toerisme en evenementenbranche. De opleidingen zijn wel zijdelings verwant, zo is te zien aan de ietwat donkerdergeel gekleurde overlappende bollen.



Figuur 9.1 Vergelijk huidig Ad aanbod Zuyd Hogeschool⁴³

Omdat naast de getoonde verschillen een zelfstandige opleiding meer herkenbaar is voor het werkveld, wil Zuyd Hogeschool graag een zelfstandige licentie voor de Ad-TEM.

⁴³ Vergelijk is gemaakt op basis van de profielen gepresenteerd op de website van Zuyd Hogeschool. Te raadplegen via Ad CM (z.d.): <https://ap.lc/tsbcB>, Ad FM (z.d.): <https://ap.lc/MXEyW>

9.2 Start nieuwe opleiding verbetert de geografische spreiding

Wanneer Zuyd Hogeschool deze Ad-opleiding aan haar portfolio mag toevoegen, is er een betere geografische spreiding van verwante Ad-opleidingen binnen Nederland. Door een verbeterde geografische spreiding kan de regio het talent gemakkelijker behouden en wordt hierdoor het regionale werkveld beter bediend.

Op dit moment wordt de dichtstbijzijnde gerelateerde Ad-opleiding aangeboden in Breda. De Ad-TEM past ook bij het instellingsprofiel van BUAS in Breda. Echter, dit ligt hemelsbreed op een afstand van meer dan 150 km van Heerlen.

Dichterbij dan Breda ligt Fontys Hogeschool als brede hogeschool. Fontys Hogeschool (met vestigingen in Tilburg, Eindhoven, Venlo, Roermond en Sittard) heeft geen opleiding op het gebied van toerisme en/of hospitality en ook geen aankondigingen gedaan dat dit opleidingsinstituut voornemens is een dergelijke opleiding te willen gaan starten. Uit het instellingsplan van Fontys (2020)⁴⁴ blijkt geen toekomstige ambitie op het onderwerp toerisme en hospitality.

Met een instroomprognose van 30 oplopend naar 40 studenten en ruim voldoende potentieel aan regionale mbo-studenten (hoofdstuk 6) verwachten we dat de komst van de Ad-TEM in Heerlen geen negatief effect zal hebben op de instroom in verwante Ad-opleidingen.

⁴⁴ Fontys (2020). Strategisch plan. Zie bijlage W.

10. Aansluiting instellingsprofiel

Zuyd Hogeschool is een brede hogeschool met een zestigtal bachelor- en masteropleidingen, vijf Associate degree opleidingen 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 is dé hogeschool van Zuid- en Midden-Limburg, met een stevige verankering in de (Eu)regio. Zuyd Hogeschool 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).

In haar nieuwe strategie 2024 - 2028⁴⁵ beschrijft Zuyd Hogeschool haar visie op eigentijds hoger beroepsonderwijs en de betekenis van praktijkgericht onderzoek aan de hand van een aantal beloftes. Eén van de beloftes is het bieden een breed en passend onderwijsaanbod voor studenten en professionals. Zuyd wil dat realiseren door het aanbod nog meer af te stemmen op de behoeften van studenten en de arbeidsmarkt. Zuyd Hogeschool wil talent vinden, ontwikkelen en behouden voor de regio, door onder meer het vernieuwen en vergroten van het onderwijsaanbod, mede afgestemd op krapte in de arbeidsmarkt. In een regio waarin demografische krimp en tegelijkertijd krapte op de arbeidsmarkt een rol speelt, ziet Zuyd Hogeschool een verantwoordelijkheid weggelegd om bij te dragen aan oplossingen.

De voorgenomen Ad-TEM sluit goed aan bij het instellingsprofiel van Zuyd, hiermee kan, in lijn met de behoefte van het werkveld, regionaal talent worden behouden voor de regio. Zuyd Hogeschool heeft immers geen bacheloropleiding ook op de event- en hospitality thematiek is gericht.

Binnen Zuyd Hogeschool stroomt 15% na afronding van de Ad-studie door naar een bacheloropleiding (persoonlijke communicatie, dienst Marketingcommunicatie Zuyd Hogeschool, 2023). Doorstromen (al dan niet met een schakelprogramma) naar de bachelor HMSM wordt als doorstudeeroptie uitgewerkt. Zodoende wordt er een doorlopend studietrajecten gecreëerd en dat past weer bij de Zuyd-visie op eigentijds hoger beroepsonderwijs 'een leven lang leren'.

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 drietal 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 vertegenwoordigd.

⁴⁵ Zuyd Hogeschool (2024). Strategie. Zie bijlage X, P. 13-17.

12. Afstemming

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 Marketing en Communicatie en tot slot het College van Bestuur. Alle partijen hebben positief ingestemd met het voornemen deze opleiding te starten.

12.2 Afstemming verwante Ad-opleidingen

De werkgroep van de Ad-TEM is aangesloten bij het Landelijk Overleg Ad Toerisme en het Landelijke Overleg Ad Events opleidingen. Door deel te nemen aan de landelijke overleggen zijn de verwante opleidingen geïnformeerd over de aanvraag Ad-TEM en heeft er afstemming plaatsgevonden over inhoud en curriculumopzet. Ook deze partijen hebben positief gereageerd, zien geen concurrentie gezien geografische spreiding en hebben geen zienswijzen ingediend.

Ad Toerisme opleidingen

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

Ad Events opleidingen

	Ad Eventmanager	Hogeschool Utrecht
	Ad Event & Experience	Hogeschool Rotterdam

Bibliografie

- ABN-AMRO. (2024, 06 26). *Groei bestedingen en toerisme stutten vrijetijdssector*. Opgehaald van abnamro.nl: <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/sectorprognoses/leisure/groei-bestedingen-en-toerisme-stutten-vrijetijdssector.html>
- Bureau BUITEN, F. D. (2019). *Bestemming Zuid-Limburg 2030 Visie Vrijetijdseconomie*. Limburg. Opgehaald van: <https://bureaubuiten.nl/projecten/visie-vrijetijdseconomie-zuid-limburg/#:~:text=De%20Visie%20Vrijetijdseconomie%20%E2%80%93%20Bestemming%20Zuid,verblifsrecreatie%2C%20dagrecreatie%20en%20grootschalige%20evenementen.>
- CBS StatLine. (2024, Juni). *CBS StatLine*. Opgehaald van StatLine - Werkgelegenheid; banen, lonen, SBI2008 per maand
- 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>.
- DUO. (*Aantal instromende studenten in het mbo*. Opgehaald van Duo: https://duo.nl/open_onderwijsdata/middelbaar-beroepsonderwijs/aantal-studenten/instromende-studenten-mbo.jsp
- Fontys Hogescholen. (2020). *Fontys For Society 2021-2025. Strategisch Plan*. . Fontys Hogescholen.
- Horeca Nederland . (2024, juli 17). *Hoe staat de arbeidsmarkt*. Opgehaald van <https://www.khn.nl/>: https://assets.khn.nl/uploads/khn_infographic_personeelskrapte_limburg_1.pdf
- Landelijk Overleg Leisure Management. (2019). *Landelijk Profiel Leisure & Events Management*. Opgehaald van: <https://www.vereniginghogescholen.nl/profielenbank/b-leisure-events-management>.
- Landelijke data alliantie. (2023). *Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheidssector 2023. Samenvatting resultaten*. . Landelijke data alliantie.
- Lexnova Marktonderzoek (2024). *Marktonderzoek Ad Tourism & Event Management*. Groningen : Lexnova Marktonderzoek .
- Lexnova Marktonderzoek. (2024). *Vacatureanalyse Ad Tourism & Event Management*. Groningen: Lexnova Marktonderzoek.
- Markteffect. (2024). *Vacatureanalyse Ad Leisure and Tourism Management*. Eindhoven: Markteffect.
- Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, I. O. (2021). *Actieagenda Perspectief 2030 Bestemming Nederland*. Nederland.
- Nationale beroepengids . (z.d.). *Manager horeca*. Opgehaald van <https://www.nationaleberoepengids.nl/>: <https://www.nationaleberoepengids.nl/manager-horeca>
- Nationale beroepengids. (z.d.). *Event Manager* . Opgehaald van [nationaleberoepengids.nl](https://www.nationaleberoepengids.nl/): <https://www.nationaleberoepengids.nl/event-manager>

- NRIT en Centre of Expertise Leisure, T. &. (2022). *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2022*. pagina 18 t/m 24: NRIT.
- Panteia. (2023). *Monitor Arbeidsmarkt Reiswerk 2023*. Panteia Research to Progress.
- Provincie Limburg. (2024). *Beleidskader 2024-2027. Werken aan een toekomstbestendige economie*. Maastricht: Provincie Limburg.
- Rabobank . (2024, mei 30). *Rustige tijden in food? Schijn bedriegt* . Opgehaald van Rabobank.nl: <https://www.rabobank.nl/kennis/d011428731-rustige-tijden-in-food-schijn-bedriegt>
- Rabobank. (2024, juni 6). *Sectorprognoses: hoofdrol voor binnenlandse en buitenlandse politieke ontwikkelingen*. Opgehaald van Rabobank.nl: <https://www.rabobank.nl/kennis/d011430096-sectorprognoses-hoofdrol-voor-binnenlandse-en-buitenlandse-politieke-ontwikkelingen>
- ROA. (2023, 07 14). *Arbeidsmarktprognoses tot 2026 per beroepsgroep*. Opgehaald van ROA Statistiscs : <https://roastatistics.maastrichtuniversity.nl/AIS/prognoseBRC.aspx>
- UWV. (2022). *Het belang van functie-eisen volgens werkgever* . Amsterdam : UWV .
- UWV. (2023). *Horeca in beeld*. Amsterdam : UWV arbeidsmarktinformatie- en advies.
- UWV. (2023, juli 25). *Ook in 2023 enorme vraag naar horecapersoneel*. Opgehaald van Werk.nl: <https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/sector/horeca/ook-in-2023-enorme-vraag-naar-horecapersoneel>
- UWV. (2024). *Kansrijke beroepen* . Amsterdam: UWV Afdeling Arbeidsmarktinformatie en -advies.
- UWV. (2024, april 25). *Oplossingen voor tekorten horecaberoepen* . Opgehaald van Werk.nl: <https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/sector/horeca/oplossingen-tekorten-horecaberoepen>
- UWV. (z.d.). *Dashboard Spanningsindicator* . Opgehaald van Werk.nl: <https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/dashboards/spanningsindicator>
- UWV. (z.d.). *Leidinggevend en banqueting* . Opgehaald van werk.nl: <https://www.werk.nl/beroepskeuze/beroepen-met-veel-werk/details/42210>
- UWV. (z.d.). *Managers hotel en congrescentrum*. Opgehaald van werk.nl: <https://www.werk.nl/beroepskeuze/beroepen-met-veel-werk/details/54103>
- 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.
- Zuyd Hogeschool.
-). *Onze focus*. Opgehaald van www.zuyd.nl: <https://www.zuyd.nl/over-zuyd/organisatie-en-beleid>
- Zuyd Hogeschool. (z.d.). *Commercieel Management (Ad)* . Opgehaald van [zuyd.nl](http://www.zuyd.nl): <https://www.zuyd.nl/opleidingen/commercieel-management->

ad?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMIkrKBmO3HiQMVS5KDBx2rOwZgEAAYASAAEgJ0WPD_
BwE

Zuyd Hogeschool. (z.d.). *Facility Management (Ad)*. Opgehaald van zuyd.nl:

[https://www.zuyd.nl/opleidingen/facility-management-
ad?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMIw9aNqu3HiQMV0bGDBx0Kwx8hEAAYASAAEgKDhfd_
BwE](https://www.zuyd.nl/opleidingen/facility-management-ad?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMIw9aNqu3HiQMV0bGDBx0Kwx8hEAAYASAAEgKDhfd_
BwE)